



**INSTITUTO PERUANO DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS ZEGEL IPAE  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
APLICACIÓN DE RASTREO DE MASCOTAS.**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título en  
Administración de Negocios**

**EDWARD JOSEPH RAMIREZ CABRERA  
(0009-0009-6771-5426)**

**NICOLE DENISSE CHALCO VILLEGAS  
(0009-0008-3702-5750)**

**Ica - Perú**

**2023**



**Dedicatoria**

*A nuestros padres, nuestro principal motivo.*

## Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios aborda la implementación de un aplicativo móvil de geolocalización y monitoreo para mascotas como perros y gatos puesto que se ha visto un notable interés en el consumo de productos y servicios asociados a este nicho de mercado, además las condiciones económicas del país son favorables pudiendo ser viable el proyecto a pesar de la coyuntura e incertidumbre política que acontece. Por otro lado, se ha determinado que el número de habitantes en el departamento de Ica es de 1,070,997; así mismo, en donde además el 75% de las personas cuenta con mascotas. Además, para el presente plan de negocios se está considerando a personas con niveles socioeconómico A, B y C, puesto que son los niveles que cuentan con un poder adquisitivo suficiente para cubrir gastos en servicios además de que son la que mayor cuidado les brindan, este segmento está conformado por personas de entre 25 a 39 años puesto que son aquellos con mayor dominio de un smartphone así como en el uso de aplicativos móviles en la que se estima que la demanda para el 2025 será de 731 en compradores de dispositivos GPS y de 487 para suscripciones. Finalmente, los análisis financieros arrojaron valores positivos para el proyecto en la que el VANE es de S/ 113,583.00, el TIRE es de 63% y el VANF es de S/ 113,583.00 con el TIRF 63% demostrando en términos financieros la viabilidad del plan de negocio. Así mismo el B/C del plan es de 1,11 en la que por cada sol invertido en el proyecto se obtendrá 0.11 céntimos de ganancia.

## Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo .....	4
Introducción .....	11
<b>CAPÍTULO I. PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>13</b>
Formulación de la Idea de Negocio .....	13
Análisis de la Oportunidad.....	14
Presentación del Modelo de Negocio .....	15
<b>CAPÍTULO II. PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>16</b>
Formulación de la Idea de Negocio .....	16
Descripción de la Empresa.....	17
<i>Datos de la Empresa</i> .....	17
Direccionamiento Estratégico .....	17
<i>Visión</i> .....	17
<i>Misión</i> .....	17
<i>Valores</i> .....	18
<i>Objetivos</i> .....	18
Matriz FODA – FODA cruzado .....	19
<b>CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y PLAN DE MERCADEO .....</b>	<b>20</b>
Análisis del Entorno Objetivo.....	20
<i>Factores Económicos</i> .....	20
<i>Factores Socioeconómicos</i> .....	21
<i>Factores Políticos y Legales</i> .....	23
<i>Factores Tecnológicos</i> .....	25
<i>Factores Ambientales</i> .....	27
Análisis de los Principales Actores.....	28
<i>Perfil de los Clientes o Consumidores</i> .....	28
<i>Perfil de Competidores</i> .....	29
<i>Perfil de Proveedores</i> .....	29
<i>Determinación del Tamaño del Mercado</i> .....	31
<b>CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>43</b>
Producto .....	43
Precio .....	44

Plaza.....	44
Promoción.....	44
Persona.....	45
Marketing Mix .....	45
<i>Programa de acciones tácticas</i> .....	45
<i>Programa y pronóstico de ventas</i> .....	46
<b>CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>49</b>
Producción de bienes y servicios .....	49
Los procesos de producción.....	49
Logística de entrada .....	50
<i>Compras</i> .....	50
<i>Almacenamiento</i> .....	51
Logística de salida.....	51
<i>Productos terminados</i> .....	51
<i>Despacho y distribución</i> .....	52
<b>CAPÍTULO VI. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....</b>	<b>53</b>
Estructura de la Organización.....	53
Plan de Gestión de Talento .....	53
<i>Organigrama</i> .....	53
<i>Principales Funciones que se Requieren en el Negocio</i> .....	54
<i>Políticas y Estrategias para la Administración del Talento</i> .....	56
<i>La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones</i> .....	58
<i>Aspectos Legales y Tributarios</i> .....	59
<b>CAPÍTULO VII. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>62</b>
Plan de inversiones .....	62
Capital de Trabajo.....	63
<i>Análisis de Costos:</i> .....	64
Análisis Financiero .....	66
Balance General .....	66
<i>Estado de Ganancias y Pérdidas</i> .....	66
<i>Ratios Financieros</i> .....	67
Plan Financiero .....	69
<i>Presupuesto Operativo</i> .....	69
<i>Presupuesto Financiero</i> .....	70

<i>Evaluación Financiera</i> .....	71
<i>Flujo de Caja Proyectado</i> .....	71
<i>Análisis de Sensibilidad</i> .....	72
<b>Definición de los Indicadores de Desempeño</b> .....	<b>73</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>74</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>76</b>
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	<b>78</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>79</b>

## Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1 PBI por sectores (Var. % real anual) .....	21
Tabla 2 Proyección de la Demanda Interna y PBI (Var. % real anual) .....	24
Tabla 3 Proveedores y Costos.....	30
Tabla 4 Dato general Población de Ica, 2023 .....	32
Tabla 5 Resultado de la pregunta 1 .....	34
Tabla 6 Resultado de la pregunta 2.....	35
Tabla 7 Resultado de la pregunta 3.....	36
Tabla 8 Resultado de la pregunta 4.....	37
Tabla 9 Resultado de la pregunta 5.....	38
Tabla 10 Resultado de la pregunta 6.....	39
Tabla 11 Resultado de la pregunta 6.....	40
Tabla 12 Demanda Proyectada .....	42
Tabla 13 Programa de acciones tácticas .....	46
Tabla 14 Programa de ventas en S/.....	47
Tabla 15 Proyección de las ventas .....	48
Tabla 16 Programa de ventas en S/.....	48
Tabla 17 Estrategias para la administración del talento.....	56
Tabla 18 Planilla de remuneración mensual y anual .....	58
Tabla 19 Gastos de constitución .....	59
Tabla 20 Plan de Inversiones .....	62
Tabla 21 Capital de trabajo.....	63
Tabla 22 Análisis de costo de la aplicación móvil y servicio técnico .....	64
Tabla 23 Análisis de costo por Año.....	64
Tabla 24 Balance General.....	66
Tabla 25 Estado de Ganancias y Perdidas .....	66
Tabla 26 Presupuesto Operario.....	69
Tabla 27 Presupuesto operario por año.....	70
Tabla 28 Presupuesto Financiero .....	70
Tabla 29 Evaluación Financiera.....	71
Tabla 30 VAN y TIR .....	71



Tabla 31 Beneficio de Costo.....	72
Tabla 32 VANE, VANF Y TIR: Escenario realista.....	72
Tabla 33 VANE, VANF Y TIR: Escenario optimista .....	72
Tabla 34 VANE, VANF Y TIR: Escenario pesimista .....	72

## Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1 Modelo Canvas del Proyecto.....	15
Figura 2 Matriz FODA – FODA Cruzado .....	19
Figura 3 Proyecciones del PBI para el 2024 .....	20
Figura 4 Competitividad 2023 vs. Pobreza 2022.....	22
Figura 5 Acceso a internet fijo.....	25
Figura 6 Acceso a telefonía e internet móvil .....	26
Figura 7 Porcentaje de personas que aceptarían pagar más por productos eco amigables .....	28
Figura 8 Características esperadas de los productos eco amigables .....	28
Figura 9 Número de encuestados clasificados por sexo .....	34
Figura 10 Resultado de la pregunta 1 .....	35
Figura 11 Resultado de la pregunta 2 .....	36
Figura 12 Resultado de la pregunta 3 .....	37
Figura 13 Resultado de la pregunta 4 .....	38
Figura 14 Resultado de la pregunta 5 .....	39
Figura 15 Resultado de la pregunta 6 .....	40
Figura 16 Resultado de la pregunta 7 .....	41
Figura 17 Dispositivo de geolocalización para mascotas .....	43
Figura 18 Servicio del aplicativo móvil.....	43
Figura 19 Diagrama de procesos principal .....	49
Figura 20 Diagrama de compras .....	50
Figura 21 Diagrama de almacenamiento .....	51
Figura 22 Diagrama de Producto Terminado.....	51
Figura 23 Diagrama de Despacho y distribución.....	52
Figura 24 Organigrama.....	53
Figura 25 Régimen MYPE Tributario .....	61

## Introducción

La industria de mascotas en el Perú está pasando por un auge que no se había visto años atrás en la que no solo la comida para perros y gatos han sido los principales productos que se han venido comercializando sino también otros artículos como juguetes, accesorios, maletines para transporte, y otro más, siendo cada vez más un mercado atractivo para muchas empresas.

Actualmente el sector servicios tiene un crecimiento constante en el PBI del Perú, incrementándose año tras año, siendo este sector en donde el aplicativo móvil se centrará, debido a que es uno de los sectores con mayor demanda y escasa competencia en cuanto a dispositivos y/o servicios de geolocalización para mascotas, lo cual podría ser beneficioso para el presente plan de negocios.

En base a lo anterior planteado, se formula la idea de elaborar un plan de negocios para la implementación de un dispositivo de geolocalización y monitoreo para mascotas, en la que los usuarios puedan identificar las distancias recorridas por sus mascotas, así como algunos de sus signos vitales con la finalidad de monitorear su estado de salud y evitar posibles enfermedades, así como su uso para ejercitarlos al momento de salir a trotar o jugar con ellos.

El plan de negocios está constituido por siete capítulos; en el primer capítulo se brinda una información general sobre el negocio y su plan estratégico; en el segundo capítulo se analiza el macroentorno y microentorno; en el tercer capítulo se lleva a cabo un estudio de mercado, en la que se analiza detalladamente el mercado, el perfil del cliente objetivo hasta llegar al segmento y la estimación de la demanda; en el cuarto capítulo se aborda el

Marketing Mix en la que en base a ello se realiza un programa de acciones tácticas junto con un pronóstico de ventas; en el quinto capítulo se detalla el proceso de atención y envío de dispositivos a los usuarios así como los requerimientos de la organización; en el sexto capítulo se detalla la organización de la empresa y cómo ésta estará constituida; y por último, en el séptimo capítulo se detalla en plan financiero en donde se evalúa la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

# CAPÍTULO I.

## PLAN DE NEGOCIO

### **Formulación de la Idea de Negocio**

Actualmente, el mundo que nos rodea conlleva una parte tecnológica que facilita nuestras vidas y además es algo fundamental que se ha convertido en parte esencial de las mismas en diferentes aspectos, desde actividades como limpieza hasta aquellas relacionadas con nuestro campo laboral. Así mismo uno de esos dispositivos que usamos constantemente día tras días es un smartphone, el cual nos ayuda a realizar nuestras actividades cotidianas en diferentes categorías de nuestras vidas como salud, transporte, redes sociales, etc.

Además de lo mencionado, se ha evidenciado una oportunidad para desarrollar el presente plan de negocios en que existe un crecimiento en cuanto al cuidado de las mascotas, desarrollándose dentro de esta industria distintos juguetes de recreación, accesorios, limpieza, salud y otros elementos que por lo general este tipo de personas suelen comprar. Sin embargo, existe cierta necesidad que no se ha llegado a cubrir, puesto que a raíz de la pandemia muchas mascotas que necesitaban recrearse o realizar actividades físicas no podían, y en ciertas ocasiones sus dueños no podían monitorear el estado físico de su mascota, así como su ubicación en caso de que esta se extraviara.

La idea de negocio consiste en la creación de un aplicativo móvil en la que permite a los dueños de mascotas ubicar fácilmente a sus mascotas a través de su geolocalización mediante GPS, a su vez permitirá conocer algunos aspectos en cuanto a su actividad física como ritmo cardíaco, calorías consumidas, kilómetros recorridos y tiempo de actividad. Esto permitirá cuidar el estado físico de nuestras mascotas y a su vez rastrearlas en caso de que

estas se pierdan, así mismo, este aplicativo podrá operar desde sistemas como Android y IOS con una interfaz intuitiva y fácil de usar.



### **Análisis de la Oportunidad**

A nivel de competencia no existe una entidad el cual brinde el servicio que deseamos ofrecer. Porque fuera de lo tradicional ofreceremos un servicio innovador como es un monitoreo de mascotas mediante un aplicativo móvil y el uso de un sistema de geoposicionamiento o GPS, por lo tanto, se conoce que la tecnología en nuestro país va en ascenso, además ofreceremos soporte técnico en cuanto a aspecto del ritmo cardiaco, calorías, recorridos y tiempo de actividad de las mascotas a través de suscripciones pagadas o gratuitas.

## Presentación del Modelo de Negocio

**Figura 1**

*Modelo Canvas del Proyecto*

<p><b>SOCIOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proveedores de servicios tecnológicos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento en la nube (Cloud)</li> <li>• Proveedor de Dominio.</li> <li>• APIS especializadas</li> </ul> </li> <li>✓ Soporte técnico.</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mostrar Pagos con tarjeta de crédito.</li> <li>✓ Analizar la información y datos generados en la aplicación</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Los dueños de mascotas buscan encontrar fácilmente proveedores para las necesidades de su mascota, y los proveedores de productos/servicios una vitrina para mayor visibilidad.</p>	<p><b>RELACION CON CLIENTES</b></p> <p>Nuestra vinculación es indirecta con un servicio automatizado.</p>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nuestro producto está destinada al NSE A, B y C u con edades de 25 a 35 años, con un estilo de vida moderna y formalistas.</li> <li>✓ Dueños de mascotas en la ciudad de Ica el cual utilizan Smartphones y hacen pagos por internet</li> </ul>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pagos de proveedores.</li> <li>✓ Pago por publicidad.</li> <li>✓ Pago de los empleados</li> <li>✓ Pago por el desarrollo del aplicativo web.</li> </ul> 		<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transferencia bancaria.</li> <li>✓ Tarjetas de crédito o débito.</li> <li>✓ Yape</li> <li>✓ Plim</li> </ul> 		

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO II.**

### **PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL**

#### **Formulación de la Idea de Negocio**

Actualmente, el mundo que nos rodea conlleva una parte tecnológica que facilita nuestras vidas y además es algo fundamental que se ha convertido en parte esencial de las mismas en diferentes aspectos, desde actividades como limpieza hasta aquellas relacionadas con nuestro campo laboral. Así mismo uno de esos dispositivos que usamos constantemente día tras días es un smartphone, el cual nos ayuda a realizar nuestras actividades cotidianas en diferentes categorías de nuestras vidas como salud, transporte, redes sociales, etc.

Además de lo mencionado, se ha evidenciado una oportunidad para desarrollar el presente plan de negocios en que existe un crecimiento en cuanto al cuidado de las mascotas, desarrollándose dentro de esta industria distintos juguetes de recreación, accesorios, limpieza, salud y otros elementos que por lo general este tipo de personas suelen comprar. Sin embargo, existe cierta necesidad que no se ha llegado a cubrir, puesto que a raíz de la pandemia muchas mascotas que necesitaban recrearse o realizar actividades físicas no podían, y en ciertas ocasiones sus dueños no podían monitorear el estado físico de su mascota, así como su ubicación en caso de que esta se extraviara.

La idea de negocio consiste en la creación de un aplicativo móvil en la que permite a los dueños de mascotas ubicar fácilmente a sus mascotas a través de su geolocalización mediante GPS, a su vez permitirá conocer algunos aspectos en cuanto a su actividad física como ritmo cardíaco, calorías consumidas, kilómetros recorridos y tiempo de actividad. Esto permitirá cuidar el estado físico de nuestras mascotas y a su vez rastrearlas en caso de que



estas se pierdan, así mismo, este aplicativo podrá operar desde sistemas como Android y IOS con una interfaz intuitiva y fácil de usar.

## **Descripción de la Empresa**

### *Datos de la Empresa*

- Razón Social: Rastreador de mascotas - TrackPet Comercial de Responsabilidad Limitada
- Razón Comercial: TrackPet
- RUC: 20704914951
- Dirección: URB. San Ildefonso 2da etapa Ai 9 - Tinguña
- Rubro: Tecnología
- Descripción: Monitoreo de mascotas
- Giro del Negocio: Servicios

## **Direccionamiento Estratégico**

### *Visión*

Ser reconocidos al 2025 como una de las mejores apps de rastreo y monitoreo de mascotas en Google Play Store y Apple Store.

### *Misión*

Brindar un servicio especializado de rastreo y monitoreo para mascotas a través de una excelente experiencia de usuario con atención las 24 horas del día y cualquier día del año para consolidarnos como una aplicación líder en geolocalización de mascotas.

### **Valores**

- **Confianza:** Con nuestros usuarios en que la información brindada, así como los demás indicadores sean confiables.

- **Vocación de servicio:** A través de nuestro sistema de atención al cliente daremos soporte a nuestros usuarios sobre cualquier duda o reclamo que tengan.

- **Seguridad:** En que la información que ingresa es totalmente confidencial y no serán usados con fines comerciales o de otra índole.

- **Transparencia:** En que por parte de la empresa siempre nos expresaremos con sinceridad en cualquier circunstancia.

### **Objetivos**

Determinar la factibilidad de implementar un aplicativo móvil que permita rastrear y monitorear mascotas para personas que deseen conocer la ubicación y registros de actividad física de sus mascotas en Ica-Perú.

## Matriz FODA – FODA cruzado

### Figura 2

#### Matriz FODA – FODA Cruzado

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>MATRIZ FODA</b>	F1: Brindar un servicio intuitivo para la localización de mascotas. F2: Plataforma virtual multidispositivo F3: Contar con servicio de atención al cliente 24/7.	D1: Falta de personal especializado en el desarrollo de aplicaciones móviles. D2: Falta de personal especializado en campañas de marketing digital. D3: Falta de reconocimiento al ser una marca nueva.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
O1: Crecimiento en la tendencia de negocios relacionados a las mascotas y digitales. O2: Nicho de mercado poco explotado en cuanto a aplicativos móviles. O3: Poca competencia a nivel nacional. O4: Alianzas o convenios estratégicos con marcas de cuidado y alimentación para mascotas, así como influencers.	F1, F2, O2 y O3: Al ser un servicio novedoso para el mercado peruano buscará su inserción rápida. F1 y O4: Se buscará conectar con marcas y personalidades de renombre en el rubro para dar a conocer rápidamente la aplicación. F2 y O1: Rápida expansión a través de medios digitales.	D1, D2, O1 Y O2: Si bien no se cuenta con personal para desarrollo de aplicaciones y marketing digital hay una amplia oferta en el sector debido a la proliferación de negocios digitales. D3 y O4: La falta de reconocimiento será compensada con las alianzas estratégicas con marcas e influencers.
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
A1: Problemas con los servidores de hosting o de geolocalización de la empresa proveedora. A2: Ataques a los servidores por parte de hackers. A3: Problemas técnicos en la interfaz que provoquen la inoperatividad de la aplicación. A4: Incremento de nuevos competidores.	F1, A1 y A2: Se buscará contar con un servidor de respaldo en caso la geolocalización se encuentre comprometida F3 y A3: El servicio de atención al cliente brindará soporte a los clientes en caso de problemas con la interfaz. A4 y F2: Se buscará brindar un soporte de calidad y uso de la app en distintos dispositivos y plataformas.	D1, A1, A2 y A3: Contratar y brindar capacitaciones constantes para poder minorizar los ataques cibernéticos. D2, D3 y A4: Se desarrollará una campaña agresiva de marketing contratando el mejor talento para que la marca quede posicionada en la mente de los usuarios.

Nota. Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO III.

### ANÁLISIS DEL ENTORNO Y PLAN DE MERCADEO

#### Análisis del Entorno Objetivo

##### *Factores Económicos*

En el 2023 el crecimiento del producto bruto interno (PBI) fue de -0.55%, dados los resultados en los sectores construcción (-5.6%), manufactura (-4.8%), pesca (-3.6%) y agropecuario (-2.1%). Asimismo, para el presente año 2024 el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) proyectó un crecimiento de 3.1%

#### Figura 3

*Proyecciones del PBI para el 2024*



*Nota.* Fuente: BCRP, proyecciones MEF

Así mismo, cabe resaltar que según el Marco Macroeconómico Multianual (MMM) 2024 -2027, la actividad económica crecería en promedio 3.2% explicado por el despliegue de inversiones en infraestructura (en un contexto de implementación de medidas para afianzar las inversiones en el país), mayor oferta primaria y mejora de la demanda externa; además, de la ejecución de medidas para el fortalecimiento de la competitividad y productividad que permitan generar nuevos motores de crecimiento.

**Tabla 1***PBI por sectores (Var. % real anual)*

	Peso del año base 2007	2023	2024	2025	2026	2027	Promedio 2025-2027
<b>Agropecuario</b>	<b>6,0</b>	<b>-0,5</b>	<b>3,0</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>
Agrícola	3,8	-1,1	3,1	4,0	4,0	4,0	4,0
Pecuario	2,2	0,7	2,6	3,2	3,2	3,2	3,2
<b>Pesca</b>	<b>0,7</b>	<b>-27,9</b>	<b>20,4</b>	<b>10,9</b>	<b>6,6</b>	<b>3,6</b>	<b>7,0</b>
<b>Minería e hidrocarburos</b>	<b>14,4</b>	<b>6,2</b>	<b>3,9</b>	<b>2,5</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,9</b>
Minería metálica	12,1	7,0	3,8	2,3	1,3	1,1	1,6
Hidrocarburos	2,2	1,2	4,4	3,6	3,4	3,4	3,5
<b>Manufactura</b>	<b>16,5</b>	<b>-2,3</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>
Primaria	4,1	-4,2	6,7	5,1	3,2	3,0	3,8
No primaria	12,4	-1,8	2,0	2,6	3,0	3,4	3,0
<b>Electricidad y agua</b>	<b>1,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>
<b>Construcción</b>	<b>5,1</b>	<b>-3,4</b>	<b>3,0</b>	<b>3,3</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>
<b>Comercio</b>	<b>10,2</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2,8</b>	<b>3,0</b>	<b>2,8</b>
<b>Servicios</b>	<b>37,1</b>	<b>1,3</b>	<b>3,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>
<b>PBI</b>	<b>100,0</b>	<b>1,1</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>
<b>PBI primario</b>	<b>25,2</b>	<b>2,0</b>	<b>4,3</b>	<b>3,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>
<b>PBI no primario<sup>3</sup></b>	<b>66,5</b>	<b>0,8</b>	<b>2,7</b>	<b>3,0</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>3,3</b>

Nota. Fuente: Marco Macroeconómico Multianual (MMM) 2024 – 2027

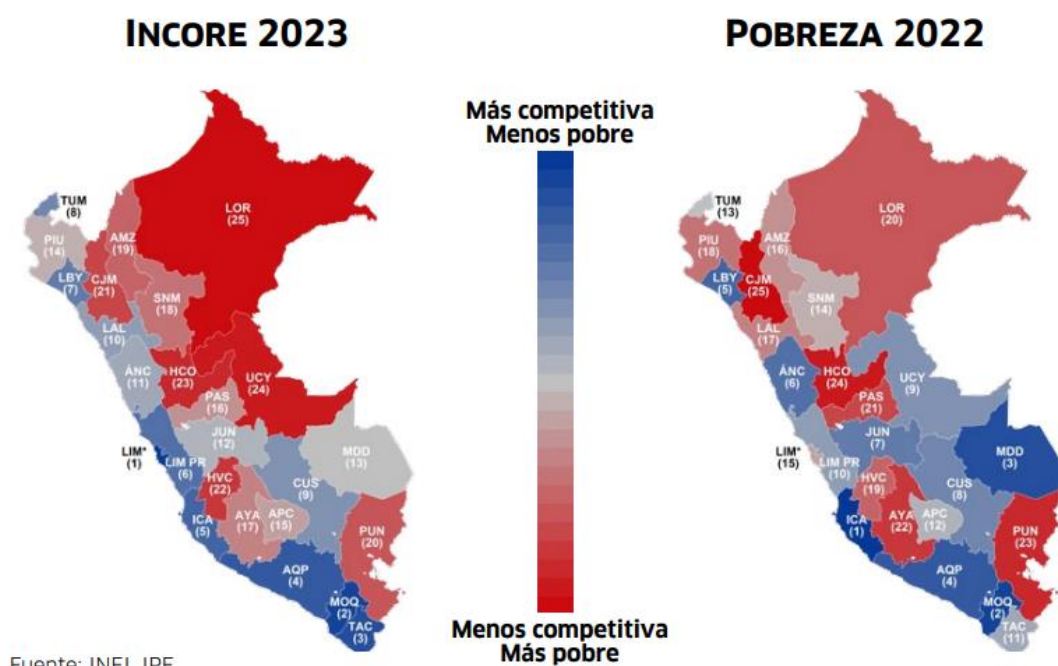
Según el MMM las proyecciones para el periodo 2025 al 2027 por sectores se puede apreciar que el sector servicios que es donde se encuentra el aplicativo móvil para el presente plan de negocios, mostraría un incremento de 3.4%, así mismo se prevé que la variación anual para 2024 sea de 3.0%, para el 2025 de 3.1% y para el 2026 de 3.2%.

### ***Factores Socioeconómicos***

En cuanto a los factores socioeconómicos se ha visto una correlación entre el nivel de competitividad y el desarrollo económico y social de las regiones. Así, las siete regiones con los mayores niveles de pobreza en el país en 2022 se ubican entre las diez regiones menos competitivas en el Índice de Competitividad Regional (INCORE) en 2023, como se muestra en el siguiente gráfico.

## Figura 4

Competitividad 2023 vs. Pobreza 2022



Nota. Fuente: IPE (2023)

Como se puede observar en la figura las regiones con mejor competitividad fueron Lima, Moquegua y Tacna según el Índice de Competitividad Regional 2023. En cuanto a las regiones más destacadas, Ayacucho avanzó significativamente de la posición 20 a la 17, subiendo tres lugares. Le siguen Pasco y Huancavelica, que subieron dos posiciones cada una. En contraste, Amazonas fue la región que más retrocedió, cayendo tres posiciones. (Instituto Peruano de Economía [IPE], 2023).

Ayacucho subió cuatro posiciones en el pilar de infraestructura gracias al incremento de hogares con internet fijo. Además, mejoró dos posiciones en el pilar de Salud, debido al aumento en la cobertura de vacunación básica en menores de 36 meses y alcanzó el primer lugar en el porcentaje de partos atendidos por personal capacitado. (IPE, 2023).

En lo que respecta a la región de Pasco, subió dos posiciones en el INCORE 2023, pasando del puesto 18 al 16. Este avance se debe a la mejora de cinco posiciones en el pilar laboral, impulsada por un ritmo más rápido de recuperación del ingreso por trabajo, un aumento en el empleo adecuado y una reducción en la brecha de género en la participación laboral (IPE, 2023).

Por otro lado, la región de Huancavelica avanzó al puesto 22 en el INCORE 2023, mejorando dos posiciones respecto al año anterior. Esta mejora se debe a un aumento de cuatro posiciones en el pilar de Entorno Económico, gracias al notable incremento en el porcentaje de adultos con cuentas en entidades financieras. Además, Huancavelica subió dos puestos en infraestructura y uno en el pilar laboral (IPE, 2023).

Finalmente, Amazonas fue la región con el mayor retroceso en el INCORE 2023, perdiendo los avances obtenidos en ediciones anteriores. Bajó del puesto 16 al 19, cayendo en cuatro de los seis pilares. Destaca especialmente la caída de cinco posiciones en el pilar de instituciones, debido a una mejor ejecución de la inversión pública y un aumento en la conflictividad (IPE, 2023).

### ***Factores Políticos y Legales***

La población del Perú, cuya denominación oficial es República del Perú, está organizada bajo un Estado, conformando Constitución política del Perú aprobada en 1993 mediante referéndum, promulgada a finales de ese mismo año y vigente desde el 1 de enero de 1994. El Estado Peruano es la organización representativa de todos los peruanos. Es unitario, con separación de Poderes siendo el actual presidente Dina Boluarte. Así mismo, ejerce los tres Poderes (gobierno nacional): ejecutivo, legislativo y judicial. La constitución, además, establece Organismos autónomos para

labores específicas. Además, el país cuenta con gobiernos regionales (Constitución Política del Perú, Art. 43, 1993).

Sin bien el escenario político actual no parece ser muy favorable para los inversionistas quien miran con recelo esta situación, en la tabla 2 puede apreciarse que para el 2024 se estima un aumento en la inversión privada, la cual pasaría de -4.5% en el 2023 a 2.2% para el 2024. Para el periodo 2025-2027, el PBI la inversión privada se incrementará en 3.2% en promedio.

**Tabla 2**

*Proyección de la Demanda Interna y PBI (Var. % real anual)*

	Estructura % del PBI 2022	2023	2024	2025	2026	2027	Promedio 2025-2027
<b>I. Demanda interna<sup>1</sup></b>	<b>99,4</b>	<b>0,7</b>	<b>2,7</b>	<b>3,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>
<b>1. Gasto privado</b>	<b>85,2</b>	<b>0,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>3,1</b>
a. Consumo privado	64,9	1,8	2,7	2,9	3,1	3,2	3,1
b. Inversión privada	20,3	-4,5	2,2	3,0	3,2	3,5	3,2
<b>2. Gasto público</b>	<b>17,6</b>	<b>2,2</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,9</b>
a. Consumo público	12,5	1,2	1,8	1,5	1,5	1,5	1,5
b. Inversión pública	5,1	4,5	6,0	7,0	6,0	5,2	6,1
<b>II. Demanda externa neta</b>							
<b>1. Exportaciones<sup>2</sup></b>	<b>29,1</b>	<b>1,7</b>	<b>4,9</b>	<b>4,2</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>	<b>3,7</b>
<b>2. Importaciones<sup>2</sup></b>	<b>28,5</b>	<b>0,1</b>	<b>3,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>
<b>III. PBI</b>	<b>100,0</b>	<b>1,1</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>

Nota. Fuente: Marco Macroeconómico Multianual (MMM) 2024 – 2027

Según la Cámara de Comercio de Lima (2021) el país necesita reivindicar la confianza ofrecida tanto por los inversionistas como la ciudadanía misma, ya que esto ocasionaría una mayor calma en los mercados al mantener una mejor estabilidad política y económica que permitan a los inversionistas apoyar proyectos y nuevos emprendimientos que les genere rentabilidad sin el temor que suscita en el contexto



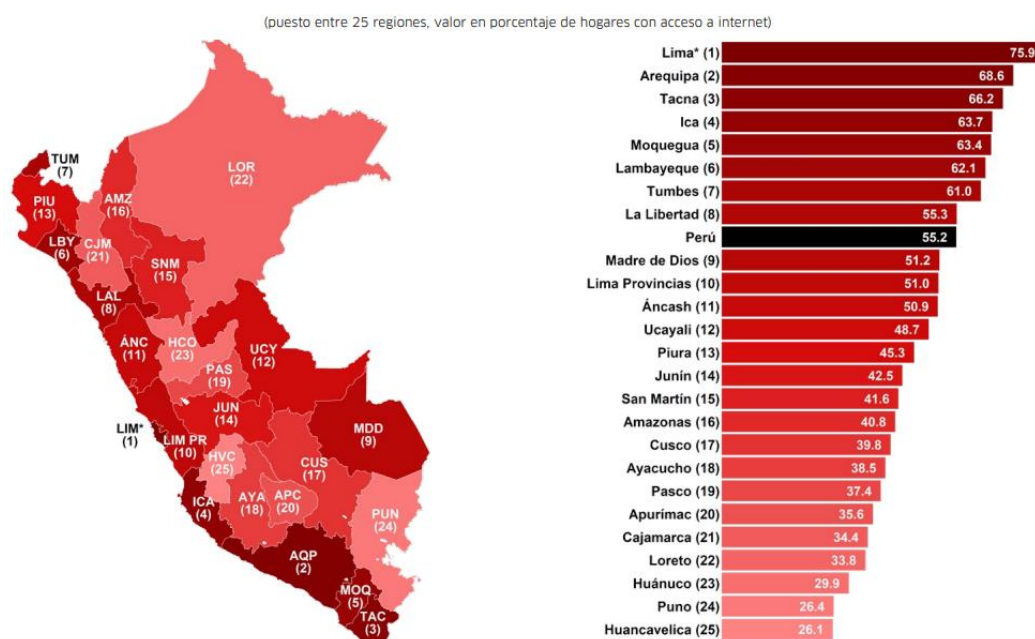
actual. De igual forma el gobierno de turno debe establecer soluciones eficaces para mantener la estabilidad democrática y económica la cual propicio el crecimiento del país en las últimas décadas, lo cual de no darse el caso puede presentarse un escenario poco favorable para el desarrollo del presente plan de negocios.

### *Factores Tecnológicos*

Para conocer los factores tecnológicos que permitirán la viabilidad del plan de negocio, se ha decidido analizar de manera nacional la conectividad con el internet tanto fijo como móvil y cuáles son las regiones en las que el aplicativo podría no sufrir inconvenientes en sus primeros meses de lanzamiento; así mismo se está considerando del mismo modo a las regiones con escasa conectividad según la valoración del Instituto Peruano de Economía en su informe sobre el Índice de Competitividad Regional del 2023.

### **Figura 5**

#### *Acceso a internet fijo*



Nota. Fuente: IPE (2023)

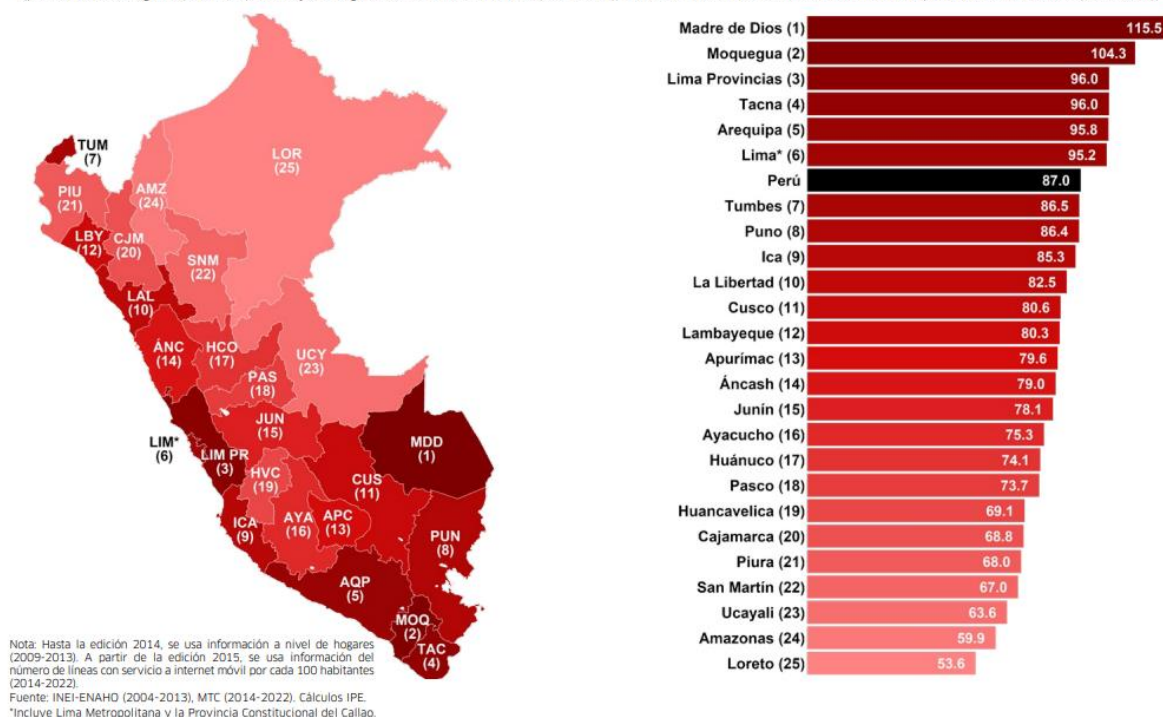
Según el informe del Instituto Peruano de Economía (IPE, 2023) se puede apreciar que la puntuación promedio en cuanto a regiones con acceso a internet en el

Perú es de 55.2%. Además se aprecia en el gráfico que las regiones de Lima, Arequipa, Tacna, Ica, Moquegua, Lambayeque, Tumbes y la Libertad son aquellas que están por encima del promedio nacional, estos datos son esenciales para poder conocer las zonas en las cuales el aplicativo móvil tendría poca intermitencia por la conectividad a internet, cabe mencionar que se trata de internet fijo, ya que como se mencionó con anterioridad la plataforma funcionaría en distintas plataformas desde smartphones hasta laptops y tablets.

## Figura 6

### Acceso a telefonía e internet móvil

(puesto entre 25 regiones, valor en porcentaje de hogares con al menos un celular (2004-2013), número de líneas con servicio de internet móvil por cada 100 habitantes (2014-2022))



Nota. Fuente: IPE (2023).

En la gráfica se puede apreciar el promedio nacional en cuanto al acceso a telefonía e internet móvil es de 87.0% en donde las regiones que superan ese promedio son Madre de Dios, Moquegua, Lima Provincias, Tacna, Arequipa y Lima; lo cual es un cambio significativo a aquellas regiones que presentaban conexión a internet fijo en la gráfica anterior.

### ***Factores Ambientales***

En el factor ambiental, podemos resaltar que los desechos de las mascotas contaminan calles y parques. Para concluir, podemos resaltar que nuestra aplicación móvil recogerá el proceso actualizado el cual tiene que pasar una persona con el fin de encontrar a sus mascotas de manera automatizada o manual, también proporcionará llevar a cabo una actualización o una nueva edición de la misma innecesariamente de actualizarlo en todos lados. Y también, nuestra aplicación podría ser utilizada en cualquier lado del Perú.

Además, en el año 2016 se promulgo una Ley 30407 – ley de Protección y Bienestar Animal, con el fin de garantizar la protección y bienestar de todos los animales. Y también, los distritos de Ica fijaron ordenanzas municipales con el propósito de proporcionar la protección de los animales domésticos y luchar contra todo acto de maltrato.

Otro punto de vista consideramos en este ámbito son los clientes, progresivamente son más los clientes con conciencia ambiental el cual exigen a las entidades tener cuenta la protección del medioambiente en sus estrategias. Un análisis llevado a cabo por Global Web Index (2018) indico que el 61 por ciento de la generación millennials están dispuestos en pagar un producto sostenible. Y también, el mismo análisis indica que el 81% de ellos esperan con los productos o servicios ecológicos no impacten negativamente en el medio ambiente, y un 74% espera el producto o servicio ambientales estén a favor de materiales reciclables y biodegradables.

## Figura 7

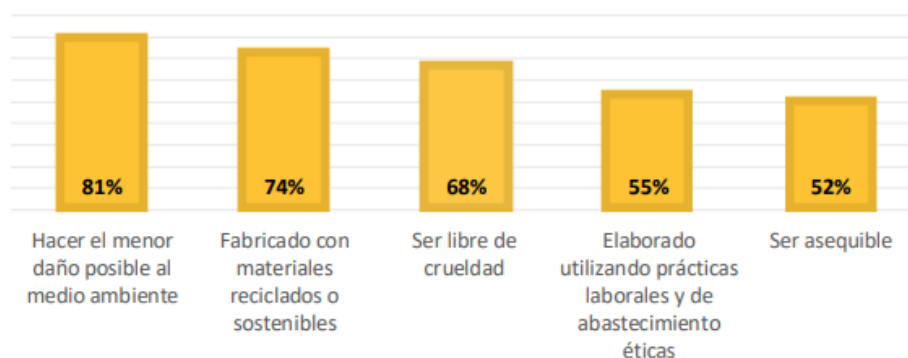
*Porcentaje de personas que aceptarían pagar más por productos eco amigables*



Nota. Fuente: GlobalWebIndex (2021)

## Figura 8

*Características esperadas de los productos eco amigables*



Nota. Fuente: GlobalWebIndex (2021)

## Análisis de los Principales Actores

### *Perfil de los Clientes o Consumidores*

Para la elaboración del presente plan de negocio se consideró como clientes a mujeres y hombres con un rango de edad entre 25 a 39 años con un nivel socioeconómico A, B y C como trabajadores, profesionales, entre otros; con un afán por el cuidado de las mascotas, siendo una de sus principales actividades la recreación al aire libre. Por lo tanto, el negocio cubrirá sus exigencias y demandas, se ha observado que los usuarios al escoger el servicio del aplicativo el cual son distintas características pagan el servicio de acuerdo a su valor.

### ***Perfil de Competidores***

Se analizo que en la ciudad Ica no tenemos competencia directa con nuestro emprendimiento dado que es innovador el cual brindamos, pero si hemos encontrados servicios similares, siendo tenemos una gran ventaja porque nos beneficia ser los primeros en la ciudad de Ica en ofrecer este servicio de la implementación de una aplicación de rastreo de mascotas.

Se identifico que los primordiales competidores que brindan un similar servicio son:

- ***Petometer***; es un aplicativo de entrenamiento para canes a través de pueden cuantificar la distancia, ritmo y tiempo de tu mascota.
- ***Tractive Pet Manager***, dicha app nos permite almacenar datos sanitarios del can y a su vez funciona como un dispositivo de localización en tiempo real, donde el dueño de la mascota recibirá una alerta cuando el can sale de la zona indicada.
- ***Dog Whistle***, instrumento con distintos silbidos que sirve para dar instrucciones e indicarles trucos a los canes.

### ***Perfil de Proveedores***

Los proveedores del negocio aplicación de rastreo de mascotas serán los siguientes:

- ***Proveedor de servicios cloud***: nuestro modelo tecnológico si situara en la nube y por esta razón es esencial para la operación de este servicio tener un proveedor de servicios cloud. Se evalúa propuesta como Microsoft y Amazon, escogiendo la solución cloud de AWS, ya que son de las mejores presentaciones porque lideran en el cuadrante de gartner.

- **Proveedor de Dominio y hosting:** Hosting Perú tiene 15 años de experiencia en servicios de Hosting. Es una división de IntermediaHost S.A.C. Empresa dedicada a brindar servicios y soluciones en Tecnologías de Información y Comunicación.
- **Proveedor de App Store:** PERUAPPS brinda servicios de desarrollo de soluciones tecnológicas de alto impacto minimizando procedimientos y generando oportunidades reales en el desarrollo de sus usuarios.
- **Proveedor de Internet:** Entel empresa que brinda el servicio de internet de fibra óptica es una de la mejor tipa de conexión del servicio de internet para una empresa por su precio y tecnología, y también por su factibilidad comercial y técnica en zonas habitadas.
- **Proveedor de dispositivo de rastreo:** SESOTEC es una empresa que se dedica a venta, distribución y asesoría de productos de Seguridad, Software y Tecnología, enfocados principalmente en el área de la Geolocalización y productos Localizadores GPS.

**Tabla 3***Proveedores y Costos*

<b>Proveedores</b>	<b>Costos</b>
• <b>Servicios cloud</b>	
• Microsoft	S/ 959.00 anual
• <b>Dominio y hosting</b>	
• Hosting Perú	S/ 269.00 anual
• <b>App Store</b>	
• PERUAPPS	S/ 2000.00
• <b>Internet</b>	
• Entel	S/ 120.00 mensual
• <b>Dispositivo de rastreo</b>	
• SESOTEC GPS	S/ 145.00 por Unidad

*Nota. Fuente:* Elaboración propia

### ***Determinación del Tamaño del Mercado***

El objetivo de este proyecto es cuantificar la fuerza de la población y ofrecer la implementación de una aplicación de rastreo de mascotas. De la misma manera dicha propuesta va solucionar las problemáticas de los usuarios debido a que vamos a brindar un servicio de acuerdo sus demandas en la ciudad de Ica.

***Mercado potencial:*** El mercado potencial está conformado por todos los hogares que poseen mascotas en el territorio peruano.

***Mercado objetivo:*** El mercado objetivo son los hogares de Ica de NSE A, B y C, debido a que será el principal mercado de venta de prestación y producto de servicios para mascotas del territorio peruano. La actual propuesta se enfocará en que al menos uno de los miembros de la familia que posee mascota está familiarizado con la utilización de herramientas digitales como App móviles.

#### **Segmentación:**

- **País:** Perú – 33 millones 726 mil habitantes.
- **Departamento:** Ica – 1,070,997 habitantes.
- **Provincia:** Ica – 490,262 población.
- **Sexo:** hombres y mujeres.
- **Edad:** 25 años a 39 años
- **Profesión:** No influye

**Metodología para calcular este mercado:** El método empleado para calcular el tamaño de mercado total es el método del embudo, el cual se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 4**

*Dato general Población de Ica, 2023*

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Cantidad</i>
Población general de Ica		1,070,997
NSE A, B y C	52,5%	562,274
Provincia de Ica	46.2 %	259,771
Rango de Edad 25 a 39 años	25%	64,943
Personas que cuentan con mascotas	75%	48,707
<b>Total</b>		<b>48,707</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### ***Demanda***

El propósito fundamental de nuestro proyecto de investigación es identificar el nivel de aceptación de nuestros productos o servicio.

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 \cdot Z^2}$$

Donde:

N = Población 1,070,997

$\sigma$  = Desviación estándar 0.4


Z = Nivel de Confianza 1.96%

e = Error muestral 0.05

Resultado: 275 personas.

$$n = \frac{1,070,997 \times 0.4^2 \times 1.96^2}{(1,070,997 - 1)0.05^2 + 0.4^2 \times 1.96^2} = 275$$



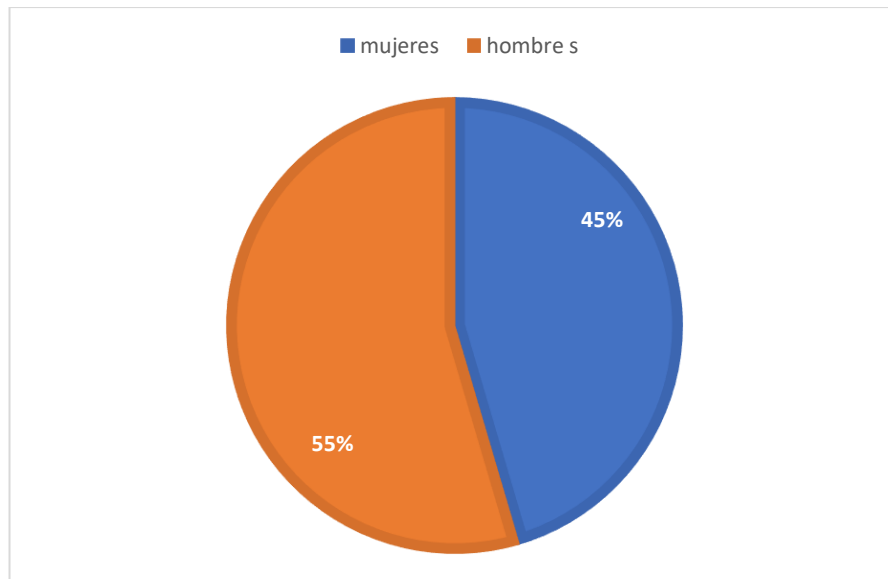
	<i>Carrera Profesional de Administración de Empresas</i> <b>“ENCUESTA PARA EL LANZAMIENTO DE UN NUEVO PRODUCTO”</b>	<b>Día:</b>	
		<b>Mes:</b>	
		<b>Año:</b>	

El siguiente cuestionario tiene como propósito determinar el nivel de aceptación de accesorios de niñas por ello, le agradecemos que seas sincero y contestes con libertad, pues tu opinión es muy valiosa.

EDAD		SEXO
<input type="checkbox"/> 25 – 29	<input type="checkbox"/> 35- 39	<input type="checkbox"/> Hombre
<input type="checkbox"/> 30– 34		<input type="checkbox"/> Mujer

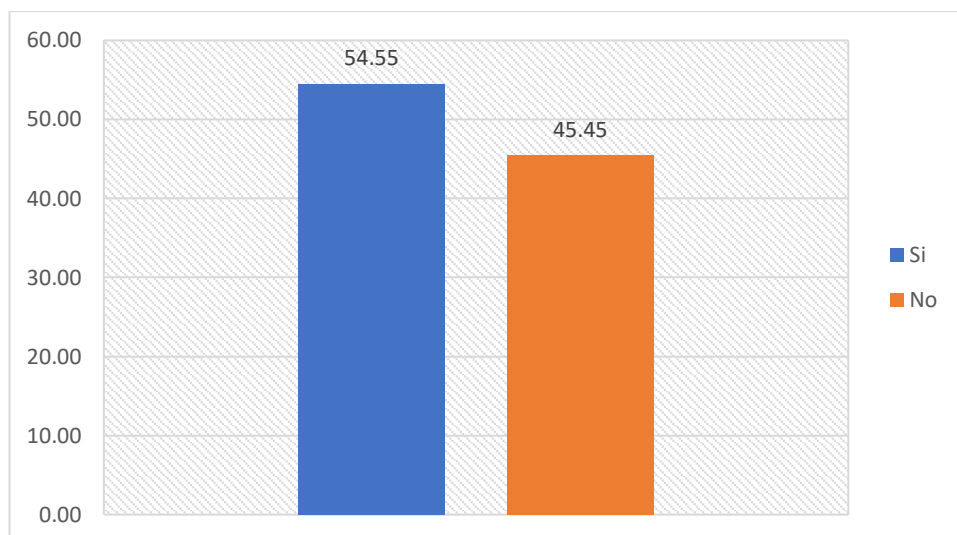
1. ¿Tiene Mascota?	
<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
2. ¿Usted usaría una aplicación que permita localizar en tiempo real a su mascota?	
<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
3. ¿Está interesado en adquirir nuestro servicios o producto?	
<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
4 . ¿Cuánto está dispuesto a pagar por nuestro producto?	
<input type="checkbox"/> 100 soles	<input type="checkbox"/> 250 soles
<input type="checkbox"/> 200 soles	<input type="checkbox"/> 300 soles
5 ¿Cuánto Gastas mensualmente en su mascota?	
<input type="checkbox"/> 50 a 100 soles	<input type="checkbox"/> 250 a 300 soles
<input type="checkbox"/> 150 a 200 soles	<input type="checkbox"/> 350 a 400 soles
6 . ¿Cuál es la frecuencia de compras para tu mascota?	
<input type="checkbox"/> Diaria	<input type="checkbox"/> Mensual
<input type="checkbox"/> Quincenal	<input type="checkbox"/> Anual
7. ¿En qué establecimiento le gustaría adquirir este producto?	
<input type="checkbox"/> Veterinarias	<input type="checkbox"/> Supermercados
<input type="checkbox"/> Redes sociales	<input type="checkbox"/> Farmacias

Se han encuestado un total de 275 ciudadanos, de las cuales han sido 150 varones lo que representa el 55 % y 125 mujeres con un valor porcentual del 45 %.

**Figura 9***Número de encuestados clasificados por sexo**Nota.* Fuente: Elaboración propia**Pregunta 1: ¿Tiene Mascota?****Tabla 5***Resultado de la pregunta 1*

<b>Indicadores</b>	<i>f</i>	<i>f %</i>
Si	150	54.55
No	125	45.45
Total	275	100

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Figura 10***Resultado de la pregunta 1*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

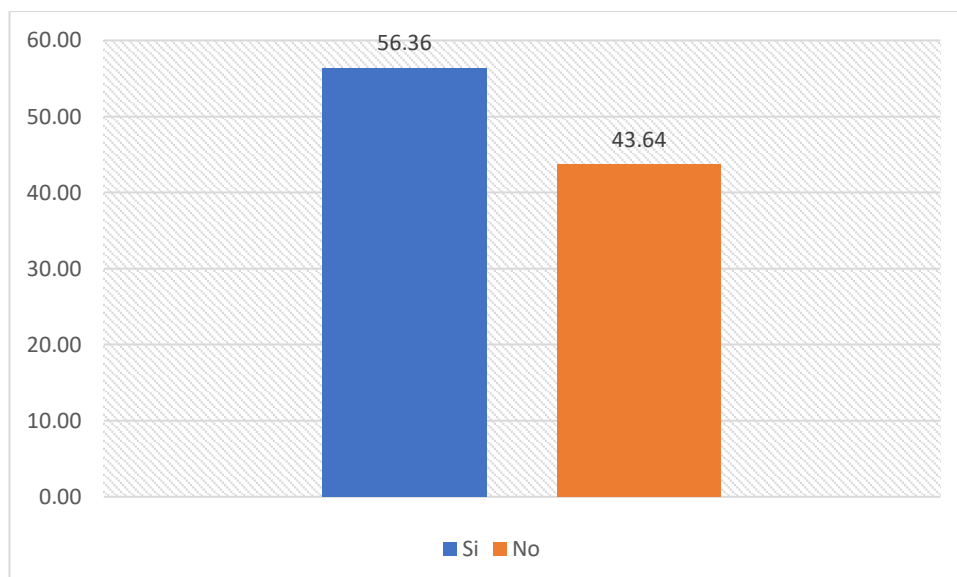
En figura 10 , nos indica que el 54.55% de los encuestados tienen una mascota en su domicilio y el 45.45% no tienen mascotas.

**Pregunta 2:** ¿Usted usaría una aplicación que permita localizar en tiempo real a su mascota?

**Tabla 6***Resultado de la pregunta 2*

<b>Indicadores</b>	<i>f</i>	<i>f %</i>
Si	155	56.36
No	120	43.64
Total	275	100

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Figura 11***Resultado de la pregunta 2**Nota.* Fuente: Elaboración propia

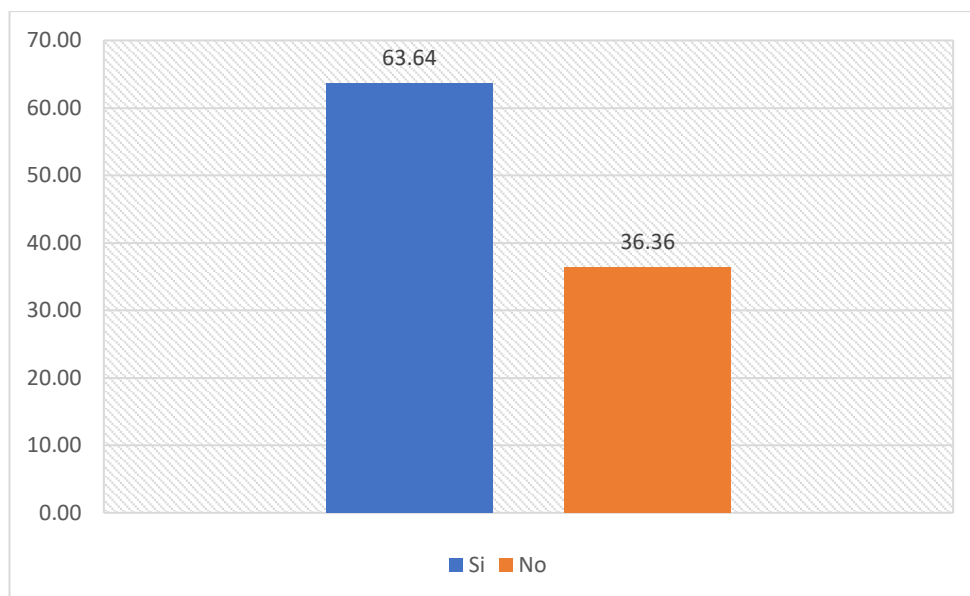
En la figura 11, nos indica que el 56.36 % de los encuestados usarían una aplicación para localizar a sus mascotas en tiempo real y el 43.64% nos indican que no usaría estos tipos de aplicaciones.

**Pregunta 3:** ¿Está interesado en adquirir nuestro servicios o producto?

**Tabla 7***Resultado de la pregunta 3*

<b>Indicadores</b>	<b>f</b>	<b>f %</b>
Si	175	63.64
No	100	36.36
Total	275	100

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Figura 12***Resultado de la pregunta 3*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

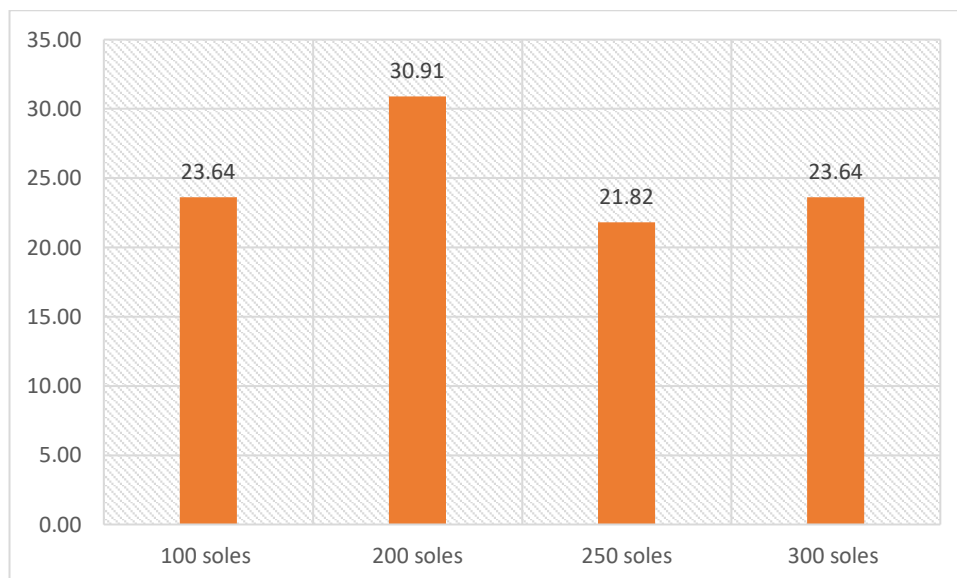
En la figura 12, nos indica que el 63.64% de los encuestados están interesados por nuestro producto y el 36.36% de los encuestados no están interesados en nuestro producto.

**Pregunta 4:** ¿Cuánto está dispuesto a pagar por nuestro producto?

**Tabla 8***Resultado de la pregunta 4*

<b>Indicadores</b>	<b><i>f</i></b>	<b><i>f %</i></b>
100 soles	65	23.64
200 soles	85	30.91
250 soles	60	21.82
300 soles	65	23.64
Total	275	100

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Figura 13***Resultado de la pregunta 4**Nota.* Fuente: Elaboración propia

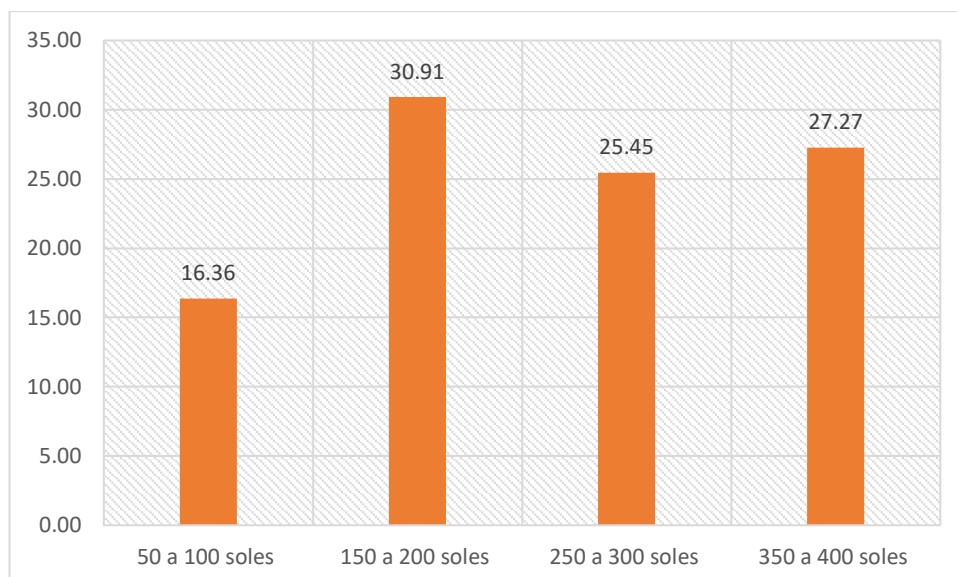
En la figura 13 , el 30.91% de los encuestados nos indican que pagarían 200 soles por nuestro producto , y el 23.64% están dispuesto a pagar entre 100 y 300 soles y para finalizar el 21.82% están dispuesto a pagar 250 soles.

**Pregunta 5:** ¿Cuánto Gastas mensualmente en su mascota?

**Tabla 9***Resultado de la pregunta 5*

Indicadores	<i>f</i>	<i>f %</i>
50 a 100 soles	45	16.36
150 a 200 soles	85	30.91
250 a 300 soles	70	25.45
350 a 400 soles	75	27.27
Total	275	100

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Figura 14***Resultado de la pregunta 5*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

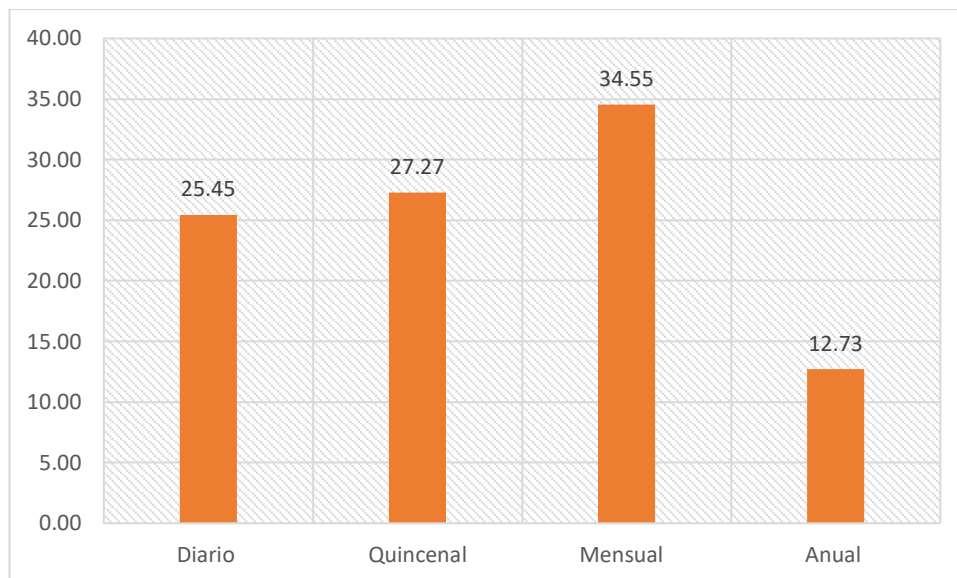
En la figura 14, el 30.91% nos indica que gastas mensualmente en su mascota entre 150 a 200 soles, y el 27.27% gastan mensualmente entre 350 a 400 soles, el 25.45% gastan mensualmente en su mascota entre 250 a 300 soles y para finalizar el 16.36% gastan mensualmente en su mascota entre 50 a 100 soles.

**Pregunta 6:** ¿Cuál es la frecuencia de compras para tu mascota?

**Tabla 10***Resultado de la pregunta 6*

<b>Indicadores</b>	<b><i>f</i></b>	<b><i>f %</i></b>
Diario	70	25.45
Quincenal	75	27.27
Mensual	95	34.55
Anual	35	12.73
Total	275	100

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Figura 15***Resultado de la pregunta 6*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

En la figura 15, el 34.55% de los encuestados hacen comprar para sus mascotas mensualmente, el 27.27% indicaron que hacen comprar para sus mascotas quincenalmente, el 25.45% indicaron que hacen compras para sus mascotas diariamente y para finalizar el 12.73% indicaron que hacen compra anualmente para sus mascotas.

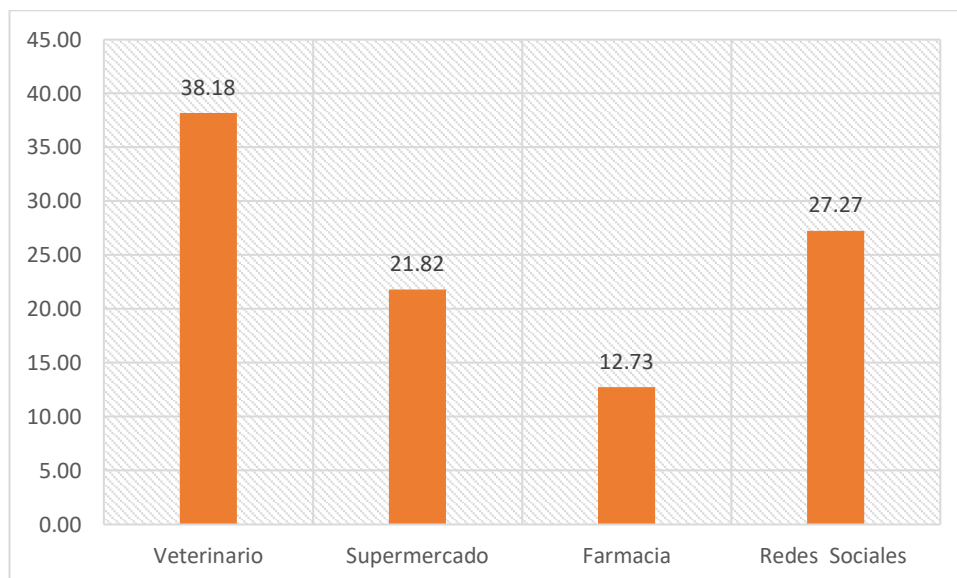
**Pregunta 7 :** ¿En qué establecimiento le gustaría adquirir este producto?

**Tabla 11***Resultado de la pregunta 6*

<b>Indicadores</b>	<b>f</b>	<b>f %</b>
Veterinario	105	38.18
Supermercado	60	21.82
Farmacia	35	12.73
Redes Sociales	75	27.27
Total	275	100

*Nota.* Fuente: Elaboración propia



**Figura 16***Resultado de la pregunta 7*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

En la figura 16, el 38.18% de los encuestados nos indicaron que le gustaría obtener este producto en las veterinarias, el 27.27% indicaron que le gustaría obtener este producto por redes sociales, el 21.82% indicaron que le gustaría obtener este producto en los supermercados y para finalizar el 12.73% en las farmacias.

### **Demanda Proyectada**

A partir de la información proporcionada por el INEI (2017), tenemos que la demanda potencial está integrada por 64,943 personas de la provincia de Ica (entre hombres y mujeres).

***Mercado potencial por hábito de consumo:*** lo hallamos mediante la pregunta número # 2 de nuestra respectiva encuesta. Indicaron que SI un 56.36%

$$64,943 \text{ personas} \times 56.36\% = 36,602 \text{ Personas.}$$

***Mercado disponible:*** lo hallamos mediante la pregunta número # 3 de nuestra respectiva encuesta. Indicaron que SI un 63.64%.

$$36,602 \text{ personas} \times 63.64 \% = 23,294 \text{ Personas}$$

***Mercado efectivo:*** lo hallamos mediante la pregunta número # 5 de nuestra respectiva encuesta. Indicaron que un 25.45%

$$23,294 \text{ personas} \times 25.45 \% = 5,929 \text{ Personas}$$

***Mercado objetivo o meta:*** % del Mercado Efectivo en base a la capacidad de producción y la financiera se considerará el 20%.

$$5,929 \times 20\% = 1,186 \text{ personas.}$$

### **Demanda final del proyecto**

$$1,186 \text{ personas} \times 1 \text{ visitas/año-persona} \times 1 \text{ productos/visita} = 1,186 \text{ productos/año}$$

Para determinar la demanda se ha considerado el número de compradores de la demanda insatisfecha, el cual es multiplicado por la tasa de crecimiento de población que es el 1,32%, según el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas.

**Tabla 12**

#### *Demanda Proyectada*

<b>Peso</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
100%	<b>Total</b>	<b>1,186</b>	<b>1,202</b>	<b>1,218</b>	<b>1,234</b>	<b>1,250</b>
60%	Dispositivo de geolocalización	712	721	731	741	750
40%	Suscripción del servicio	474	480	487	493	500

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

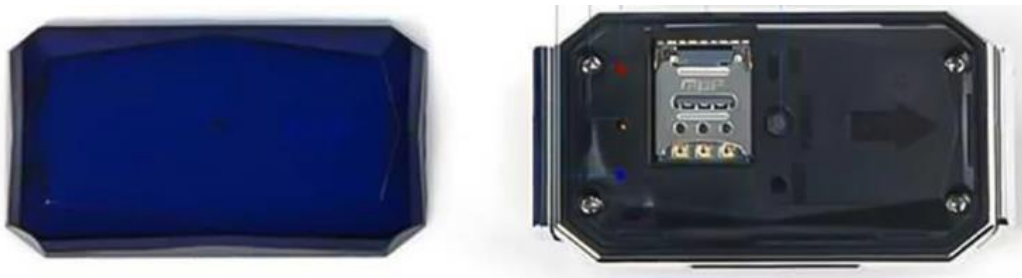
## CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING

### Producto

El producto brindado consistirá en dos partes, por un lado, el aplicativo móvil el cual brindará los servicios de monitoreo su actividad física como ritmo cardiaco, calorías consumidas, kilómetros recorridos y tiempo de actividad y geolocalización de las mascotas permitirá.

### Figura 17

*Dispositivo de geolocalización para mascotas*



### Figura 18

*Servicio del aplicativo móvil*



**Precio**

El precio del dispositivo para la geolocalización será de S/300 en un único pago, mientras que la suscripción para usar el servicio será de S/20 mensuales.

**Plaza**

El aplicativo no tendrá una central física ya que se trata de un servicio virtual, sin embargo, tendrá a disposición y como soporte de atención al cliente sus redes sociales y página web.

Por otro lado, contará centro de producción y distribución para los dispositivos que serán colocados para monitorear a las mascotas.

**Promoción**

La promoción del aplicativo será principalmente a través de estrategias de marketing digital, siendo algunos de los canales los siguientes:

- **Redes sociales:** Se creará una página de Facebook, Instagram y Tiktok para lanzar contenido referente al uso de los beneficios de los dispositivos y como estos pueden ayudar a los dueños de mascotas a través de contenido audiovisual el cual será promocionado principalmente con publicidad pagada a través de Facebook Ads (Facebook e Instagram) y orgánico (Tiktok).

- **YouTube:** A través de publicidad pagada se colocarán anuncios en videos relacionados con mascotas las cuales permitirán llegar aún más lejos con el perfil de cliente potencial que se busca.

- ***Colaboraciones con marcas reconocidas e influencers:*** A través de este canal se busca una mayor cercanía con la audiencia, puesto que es necesario que la marca se posicione rápidamente a través de las recomendaciones por parte de influencers y sus colaboraciones con las principales marcas de comida para mascotas y accesorios.

- ***Creación de una página web y desarrollo de posicionamiento SEO (Google):*** A través de este canal se busca una presencia aún mayor del servicio en la red, para ello se desarrollará en primer lugar una página web informativa en la que se brinde información de la aplicación, usos, planes de suscripción, modalidades de pago, contacto, etc. Mientras que a través del posicionamiento en SEO se buscará que la página aparezca entre las primeras opciones de búsqueda de los cibernautas.

## **Persona**

Track Pet, contará con un soporte atendiendo las 24 horas del día, los 7 días de la semana en caso de cualquier duda o consulta por parte de los usuarios, destacando además la atención personalizada y capacitada por cada uno de los operadores. Por el lado de los dispositivos se contará con un equipo de delivery para entregar a la puerta de su casa el dispositivo.

## **Marketing Mix**

### *Programa de acciones tácticas*

Como conclusión de la información antes mencionada en cada una de las 4P's del marketing mix, se resumen las estrategias, tácticas y acciones en la siguiente tabla.

**Tabla 13***Programa de acciones tácticas*

Estrategia	Tácticas	Acciones
De Producto: Aplicativo para monitoreo y geolocalización de mascotas	En la primera versión del aplicativo se ofrecerán planes de suscripción mensuales y una versión de prueba de 7 días para enganchar al usuario y mostrar de manera gratuita el aplicativo.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lanzamiento de aplicativo con periodo de prueba de 7 días</li> <li>2. Publicar los beneficios de la aplicación en Play Store y Apple Store, así como en la website</li> </ol>
De Precio: Suscripción mensual	<p>Precios para dispositivos</p> <p>Precios para suscripciones</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar campañas de promociones para el primer mes de lanzamiento</li> <li>1. Brindar tres planes para suscripción con descuento acorde al periodo en el que desea la suscripción</li> </ol>
De Plaza: Plataforma digital	TrackPet, brindará soporte de atención al cliente sus redes sociales y página web. Además cuenta con un centro de producción y distribución para los dispositivos que serán colocados para monitorear a las mascotas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer claramente los procesos de atención al cliente a través de los canales establecidos</li> <li>2. Determinar un sistema de distribución para los dispositivos</li> <li>3. Contar con disponibilidad de distintos medios de pago para comodidad del cliente</li> </ol>
De Promoción: Redes sociales	Promoción del aplicativo a través de distintas redes sociales y google	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de página de Facebook, Instagram y Tiktok</li> <li>2. Lanzamiento de publicidad pagada en videos relacionados con mascotas en Youtube</li> <li>3. Contactar con marcas e influencers reconocidos</li> <li>4. Creación de una página web</li> </ol>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

***Programa y pronóstico de ventas***

Para establecer nuestro pronóstico de ventas, hemos considerado la capacidad productiva disponible.: donde la tasa de crecimiento de ventas es 3 %

**Tabla 14***Programa de ventas en S/*

<b>Producto</b>	<b>Costo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Dispositivo de geolocalización	S/ 300	S/ 290,280.00	S/ 298,988.40	S/ 307,958.05	S/ 317,196.79	S/ 326,712.70
suscripción del servicio	S/ 20	S/ 8,496.00	S/ 8,750.88	S/ 9,013.41	S/ 9,283.81	S/ 9,562.32
<b>Total</b>		<b>S/ 298,776.00</b>	<b>S/ 307,739.28</b>	<b>S/ 316,971.46</b>	<b>S/ 326,480.60</b>	<b>S/ 336,275.02</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15***Proyección de las ventas*

<b>PROYECCIÓN DE VENTAS</b>													
<b>IGV</b>	<b>18%</b>		<b>IGV</b>										
<b>Proyección de Ventas (Año 1)</b>													
<b>Concepto: Servicios</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Aplicativo móvil (+IGV)</b>	S/ 15,930.00	S/ 17,700.00	S/ 21,240.00	S/ 24,780.00	S/ 23,010.00	S/ 24,780.00	S/ 28,320.00	S/ 24,780.00	S/ 24,780.00	S/ 26,550.00	S/ 28,320.00	S/ 30,090.00	S/ 290,280.00
Número de servicios	45	50	60	70	65	70	80	70	70	75	80	85	820
Valor de venta	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	
<b>Soporte técnico (+IGV)</b>	0	0	0	0	0	0	S/ 1,062.00	S/ 1,298.00	S/ 1,770.00	S/ 1,652.00	S/ 1,534.00	S/ 1,180.00	S/ 8,496.00
Número de servicios	-	-	-	-	-	-	45	55	75	70	65	50	360
Valor de venta	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	
<b>Venta mensual</b>	S/ 15,930.00	S/ 17,700.00	S/ 21,240.00	S/ 24,780.00	S/ 23,010.00	S/ 24,780.00	S/ 29,382.00	S/ 26,078.00	S/ 26,550.00	S/ 28,202.00	S/ 29,854.00	S/ 31,270.00	S/ 298,776.00

*Nota.* Fuente: Elaboración propia**Tabla 16***Programa de ventas en S/*

<b>Concepto: Servicios</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Aplicativo móvil	845	870	896	923
Soporte técnico	371	382	393	405
<b>Precio de venta Anual</b>	S/ 307,739.28	S/ 316,971.46	S/ 326,480.60	S/ 336,275.02

*Nota.* Fuente: Elaboración propia



## CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES

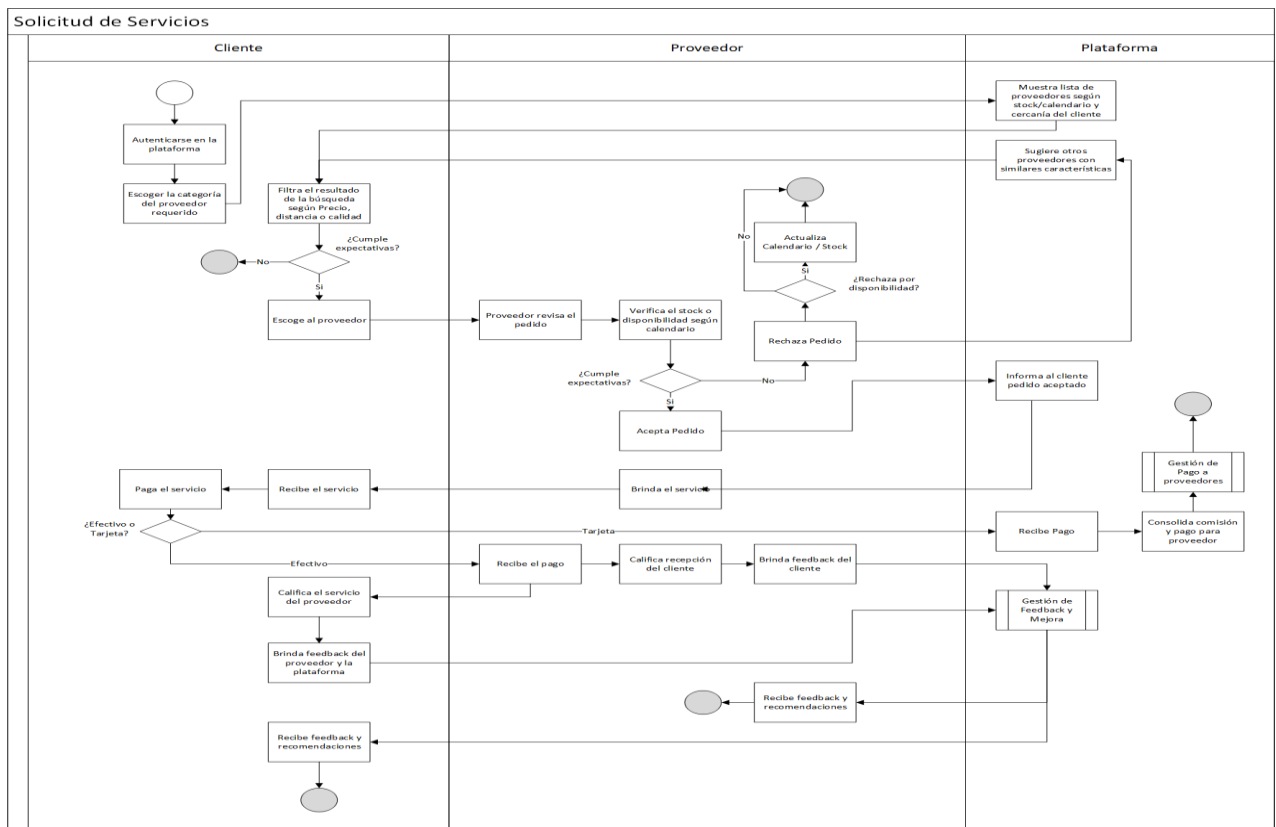
### Producción de bienes y servicios

El proceso operacional para este plan de negocio consiste en gran medida en la atención al cliente a través de canales digitales en la cual entran como primera línea de atención el trabajador de atención al cliente quien se encargará de brindar información e incentivar a la compra del dispositivo y explicar el proceso de distribución, así como los medios de pago y proceso de suscripción en la aplicación. Posteriormente se enviará los dispositivos a su localización teniendo en cuenta la disponibilidad de cliente y fecha en la cual desea que se le envíe el dispositivo.

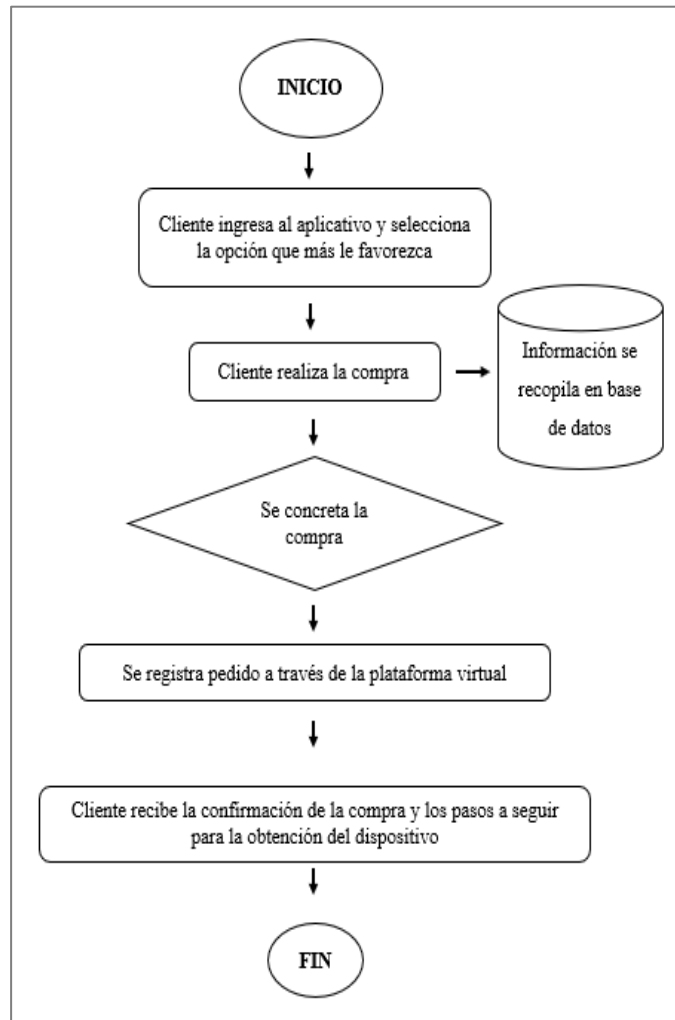
### Los procesos de producción

**Figura 19**

*Diagrama de procesos principal*



Nota. Fuente: Elaboración propia.

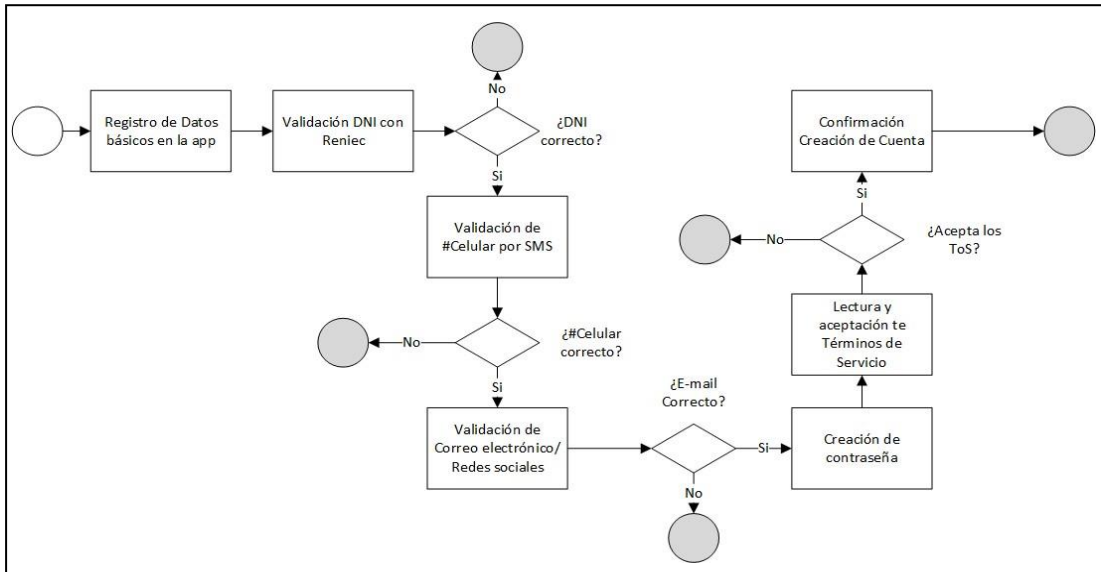
**Logística de entrada****Compras****Figura 20***Diagrama de compras*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

## Almacenamiento

**Figura 21**

*Diagrama de almacenamiento*



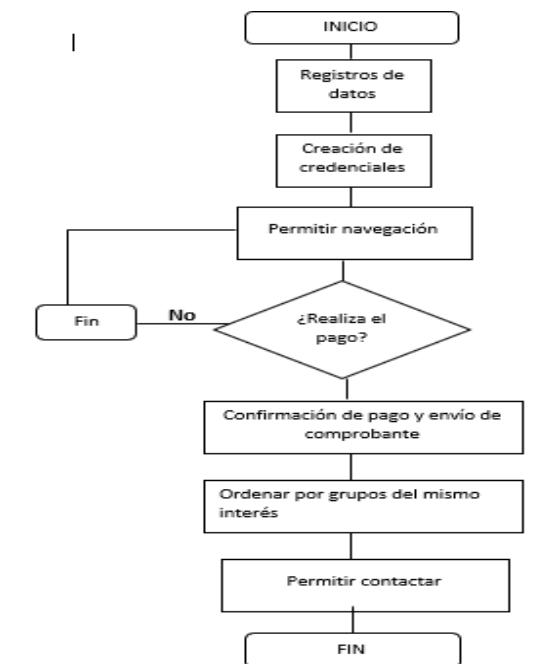
*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

## Logística de salida

### *Productos terminados*

**Figura 22**

*Diagrama de Producto Terminado*

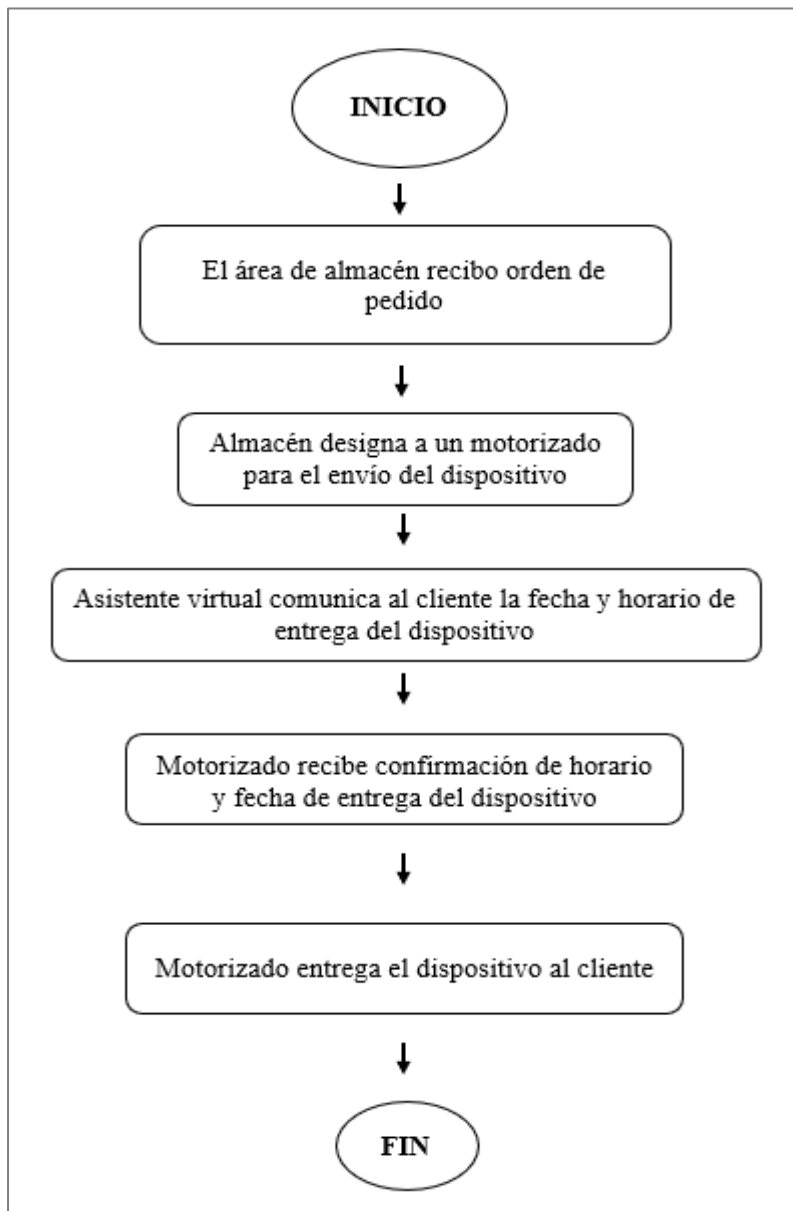


*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

## Despacho y distribución

**Figura 23**

*Diagrama de Despacho y distribución*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

## CAPÍTULO VI. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

### Estructura de la Organización

TrackPet tendrá inicialmente una estructura organizacional en base a la demanda del mercado, para ello se tendrá en cuenta puestos esenciales y necesarios para comenzar con las operaciones de la organización, teniendo una cuenta una estructura esencialmente horizontal en la que se capacitarán a los encargados de área de acuerdo con sus funciones, especialmente del área de call center y marketing. La organización estará constituida de la siguiente manera:

### Plan de Gestión de Talento

#### *Organigrama*

#### Figura 24

#### *Organigrama*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### ***Principales Funciones que se Requieren en el Negocio***

#### ***Junta de accionistas:***

- Aprobar acciones y estrategias propuestas por el administrador.
- Determinar la inclusión o exclusión de socios.
- Disponer de las utilidades del negocio, la repartición y los salarios a los
- trabajadores.

#### ***Gerente General:***

- Establecer la visión, misión y objetivos a largo plazo.
- Desarrollar y ejecutar planes estratégicos.
- Supervisar las operaciones diarias.
- Optimizar procesos y procedimientos internos.
- Desarrollar e implementar estrategias de marketing.

#### ***Administrador:***

- Encargado de evaluar el desempeño de las áreas a cargo.
- Desarrollar el manual de funciones y políticas de la empresa.
- Desarrollar y plantear las metas a corto, mediano y largo plazo, así como emitir informes de avance a la junta de accionistas.
- Evaluar la situación financiera de la empresa.

#### ***Programador:***

- Diseñar, codificar, probar y mantener la aplicación de rastreo de mascotas.
- Identificar y solucionar errores y problemas en la aplicación.
- Realizar pruebas de calidad para asegurar el correcto funcionamiento.
- Implementar parches y actualizaciones regulares.

- Diseñar, implementar y gestionar las bases de datos necesarias.
- Asegurar la integridad, seguridad y eficiencia de los datos.

***Publicista:***

- Elaborar el plan de marketing institucional.
- Desarrollar y ejecutar el plan de marketing.
- Llevar a cabo estrategias digitales y contactar con marcas e influencers para posicionar la marca.
- Evaluar los indicadores y resultados de campañas de marketing, así como la emisión de informe al administrador.

***Contador:***

- Mantener registros contables precisos y actualizados.
- Preparar estados financieros, como balance general, estado de resultados y flujo de caja.
- Calcular, preparar y presentar declaraciones de impuestos.
- Asegurar el cumplimiento de todas las obligaciones fiscales y regulaciones locales y nacionales.
- Elaborar y supervisar el presupuesto de la empresa.
- Controlar y gestionar las cuentas por pagar y por cobrar.
- Asegurar pagos oportunos a proveedores y gestionar el cobro de clientes.
- Analizar la situación financiera de la empresa y proporcionar informes financieros.

***Ejecutivo de atención al cliente:***

- Brindar información sobre el aplicativo, beneficios, entre otros detalles que necesite el cliente

- Atender reclamos o quejas sobre el servicio y comunicarlo inmediatamente al área pertinente.

### ***Políticas y Estrategias para la Administración del Talento***

Para administrar el talento dentro de la organización se llevarán a cabo las siguientes estrategias en conjunto con sus acciones:

**Tabla 17**

*Estrategias para la administración del talento*

Nº	Estrategias para la administración del talento	Acciones
1	Descubrimiento de talento	Formar mandos medios para que puedan suplir a los superiores Desarrollar de competencias en los trabajadores Gestionar habilidades gerenciales y/o técnicas
2	Uso adecuado del talento	Usar el talento en actividades que correspondan a su perfil Administrar el talento acorde a las líneas de carrera de cada trabajador
3	Motivación y retención de talento	Brindar incentivos económicos Brindar reconocimientos por objetivos cumplidos Brindar desarrollo profesional acorde a su perfil
4	Creación de nuevos talentos	Desarrollar los talentos ya detectados Involucrar al personal en otras actividades que los desafíen Brindar una mayor autonomía a los nuevos talentos
5	Adaptación de la organización al talento disponible	Contar con un sistema laboral híbrido (Presencial y remoto) Flexibilizar horarios dependiendo de la disponibilidad del talento Desarrollar ambientes que propicien la productividad y creatividad del talento

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

Dentro de las políticas para la administración del talento se han desarrollado las siguientes:

- No comer o beber en áreas en las que el equipo tecnológico pueda verse perjudicado.
- No fumar dentro de las áreas de trabajo.



- No usar el celular en el horario de trabajo (salvo fuera necesario como una urgencia o coordinación con otra área).
- Asistir de manera impecable, uñas cortas, cabello corto (en el caso de hombres) y uniforme (dependiendo del área).
- Asistencia puntual al establecimiento con un plazo de tolerancia de 15 min.
- Usar los implementos de seguridad (área logística), así como implementar los protocolos para el registro, almacenamiento y distribución de las mercancías.

**La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones**

La planilla de la empresa s TrackPet (S.A.C.) estará conformada por todos los trabajadores de cada una de las áreas

**Tabla 18**

*Planilla de remuneración mensual y anual*

Empresa	Sueldo	Asignación Familiar	SUB TOTAL	SIS	ESSALUD	SUB TOTAL	Gratificación	Bono Excepcional	CTS	Vacaciones	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>Costo Operativo</b>	S/ <b>3,000.00</b>	S/	S/ <b>3,000.00</b>	S/ <b>30.00</b>	S/	S/ <b>3,030.00</b>	S/	S/	S/	S/ <b>85.00</b>	S/ <b>3,115.00</b>	S/ <b>37,380.00</b>
Programador 1	S/ 1,500.00	S/	S/ <b>1,500.00</b>	S/ 15.00	S/	S/ <b>1,515.00</b>	S/	S/	S/	S/ 43.00	S/ <b>1,558.00</b>	S/ <b>18,696.00</b>
Programador 2	S/ 1,500.00	S/	S/ <b>1,500.00</b>	S/ 15.00	S/	S/ <b>1,515.00</b>	S/	S/	S/	S/ 43.00	S/ <b>1,558.00</b>	S/ <b>18,696.00</b>
<b>Gasto Administrativo</b>	S/ <b>4,400.00</b>	S/	S/ <b>4,400.00</b>	S/ <b>45.00</b>	S/	S/ <b>4,445.00</b>	S/	S/	S/	S/ <b>136.00</b>	S/ <b>4,581.00</b>	S/ <b>54,972.00</b>
Administrador	S/ 1,500.00	S/	S/ <b>1,500.00</b>	S/ 15.00	S/	S/ <b>1,515.00</b>	S/	S/	S/	S/ 50.00	S/ <b>1,565.00</b>	S/ <b>18,780.00</b>
Contador	S/ 1,300.00	S/	S/ <b>1,300.00</b>	S/ 15.00	S/	S/ <b>1,315.00</b>	S/	S/	S/	S/ 43.00	S/ <b>1,358.00</b>	S/ <b>16,296.00</b>
Gerente General	S/ 1,600.00	S/	S/ <b>1,600.00</b>	S/ 15.00	S/	S/ <b>1,615.00</b>	S/	S/	S/	S/ 43.00	S/ <b>1,658.00</b>	S/ <b>19,896.00</b>
<b>Gasto de Ventas</b>	S/ <b>2,050.00</b>	S/	S/ <b>2,050.00</b>	S/ <b>30.00</b>	S/	S/ <b>2,080.00</b>	S/	S/	S/	S/ <b>86.00</b>	S/ <b>2,166.00</b>	S/ <b>25,992.00</b>
Publicista	S/ 1,025.00	S/	S/ <b>1,025.00</b>	S/ 15.00	S/	S/ <b>1,040.00</b>	S/	S/	S/	S/ 43.00	S/ <b>1,083.00</b>	S/ <b>12,996.00</b>
Ejecutivo de atención al cliente	S/ 1,025.00	S/	S/ <b>1,025.00</b>	S/ 15.00	S/	S/ <b>1,040.00</b>	S/	S/	S/	S/ 43.00	S/ <b>1,083.00</b>	S/ <b>12,996.00</b>
<b>TOTAL PLANILLA</b>	S/ <b>9,450.00</b>	S/	S/ <b>9,450.00</b>	S/ <b>105.00</b>	S/	S/ <b>9,555.00</b>	S/	S/	S/	S/ <b>307.00</b>	S/ <b>9,862.00</b>	S/ <b>118,344.00</b>

Nota. Fuente: Elaboración propia

### ***Aspectos Legales y Tributarios***

Con respecto a la forma societaria TrackPet estará constituida como una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) en el régimen Mype tributario.

En la cual su representación del capital social se da mediante acciones, algunas características de la Sociedad Anónima Cerrada son:

- El número mínimo de socios es 2 y el máximo 20.
- La mayoría de estas sociedades son empresas familiares.
- En este caso los socios solo responderán por sus aportes
- No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Tiene un directorio facultativo, es decir no tiene obligación de formarse. En el

caso no existiera un directorio, el Gerente podría asumir las funciones del director.

Así mismo, los gastos que involucra a la constitución de la empresa son los siguientes:

**Tabla 19**

*Gastos de constitución*

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
Registros Públicos y Notariales	S/ 700
Licencia de funcionamiento y defensa civil	S/ 620.00
Libros contables: Legalización	S/ 150.00
Registro de compras y ventas	S/ 100.00
Comprobantes de pago: Boletas y facturas	S/ 100.00
<b>Total</b>	<b>S/ 1,670.00</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

La aplicación TrackPet se contará inicialmente en el segmento de las microempresas, sus características son las siguientes:

- Buscaremos el nombre de la empresa y lo reservaremos: Debes verificar que el nombre esté disponible en Sunarp. Este trámite se puede realizar de manera

presencial en la oficina SUNARP más cercana; o de manera virtual. Las oficinas presenciales tendrán un costo de S/.7 para búsquedas de nombres y S/20 para reservas de nombres. Los nombres se conservan durante 30 días, por lo que tendrá todo el tiempo para continuar con el proceso de creación de su empresa.

- Elaboración de la minuta: Este documento es una expresión de la voluntad de los socios de formar la sociedad, aquí también se indica el acuerdo de la constitución antes mencionada, y se recomienda levantar acta de la asamblea con la ayuda de un abogado.
- Elaborar la minuta a escritura pública: Esto debe hacerse en presencia de un notario público. Cabe recalcar que las actas también pueden ser realizadas por el mismo notario.
- Abrir el Registro Único de Contribuyentes o RUC. Este trámite se realiza en la SUNAT y es gratuito, pero es necesario traer algunos documentos:
  - Copia textual inscrita en registros públicos.
  - Recibos de luz de las instalaciones de la empresa.
  - Datos como DNI, teléfono de contacto y correo electrónico del representante legal.
  - Abrir una cuenta corriente a nombre de la empresa.
  - Sus trabajadores pueden estar afiliados al SIS y solo pagar S/ 15 mensuales.
  - El periodo vacacional es de 15 días, a diferencia del general que son 30.
  - No se pagan gratificaciones, CTS, ni asignación familiar
  - La jornada de trabajo es de 48 horas semanales.
  - Puede tener un ahorro del 30% en beneficios sociales.
  - Acceso a financiamiento de entidades del Estado (COFIDE, Banco de la Nación).
  - Acceso a negociación de facturas como FACTORING.

- Oportunidad para ser proveedor del Estado.

## Figura 25

### Régimen MYPE Tributario

Régimen MYPE Tributario							
¿Cuánto pagar?	<p>Pago a cuenta mensual del Impuesto a la Renta:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Monto Ingresos Netos</th> <th>Tasa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menor a 300 UIT</td> <td>1% de los Ingresos Netos</td> </tr> <tr> <td>A partir del mes que supere las 300 UIT</td> <td>1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente(*)</td> </tr> </tbody> </table> <p>(*) El que resulte mayor, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85 de la Ley del Impuesto a la Renta.</p>	Monto Ingresos Netos	Tasa	Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos	A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente(*)
Monto Ingresos Netos	Tasa						
Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos						
A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente(*)						
Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).							
¿Se presenta DECLARACIÓN ANUAL?	<p>Sí, con la cual se regulariza el pago del impuesto a la renta, dependiendo de la ganancia obtenida:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tramo de ganancia</th> <th>Tasa sobre la utilidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hasta 15 UIT</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Más de 15 UIT</td> <td>29.5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN). Tasa: 0.4%</p>	Tramo de ganancia	Tasa sobre la utilidad	Hasta 15 UIT	10%	Más de 15 UIT	29.5%
Tramo de ganancia	Tasa sobre la utilidad						
Hasta 15 UIT	10%						
Más de 15 UIT	29.5%						

Nota. Fuente: SUNAT

## CAPÍTULO VII. PLAN FINANCIERO

### Plan de inversiones

**Tabla 20**

*Plan de Inversiones*

<b>RUBROS</b>	<b>Importe</b>
<b>INVERSION FIJA TANGIBLE</b>	
Local	S/ 0.00
Muebles y Enseres	S/ 4,650.00
Maquinarias (Equipo comunicación y Servidores)	S/ 23,800.00
Computadoras e impresoras	S/ 16,300.00
Vehículos	S/ 0.00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>	<b>S/ 44,750.00</b>
<b>INVERSION FIJA INTANGIBLE</b>	
Estudios de pre - inversión	S/ 300.00
Registros Públicos y Notariales	S/ 700.00
Licencia de funcionamiento y defensa civil	S/ 620.00
Acondicionamiento del local	S/ 500.00
Libros contables: Legalización	S/ 150.00
Registro de compras y ventas	S/ 100.00
Comprobantes de pago: Boletas y facturas	S/ 100.00
Movilidad y otros	S/ 50.00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>	<b>S/ 2,520.00</b>
<b>TOTAL INVERSIONES A LARGO PLAZO</b>	<b>S/ 47,270.00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/ 21,079.33</b>
Garantía del alquiler y pago adelantado	0
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>S/ 13,642.33</b>
Personal en planilla	S/ 3,115.00
Materias Primas	S/ 10,177.33
Costo de tercerización	0
Costos Operativos indirectos	S/ 350.00
<b>Bienes</b>	<b>S/ 50.00</b>
Útiles de escritorio	S/ 20.00
Materiales de limpieza	S/ 20.00
Otros	S/ 10.00
<b>Servicios</b>	<b>S/ 300.00</b>
Luz	S/ 100.00
Agua	S/ 50.00

Teléfono e Internet	S/ 80.00
Alquiler	0
Mantenimiento y reparación	S/ 50.00
Movilidad	0
Otros	S/ 20.00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>S/ 4,931.00</b>
Personal en planilla	S/ 4,581.00
<b>Bienes</b>	<b>S/ 50.00</b>
Útiles de escritorio	S/ 20.00
Materiales de limpieza	S/ 20.00
Otros	S/ 10.00
<b>Servicios</b>	<b>S/ 300.00</b>
Luz	S/ 100.00
Agua	S/ 50.00
Teléfono e Internet	S/ 80.00
Alquiler	0
Mantenimiento y reparación	S/ 50.00
Movilidad	0
Otros	S/ 20.00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>S/ 2,506.00</b>
Personal en planilla	S/ 2,166.00
<b>Bienes</b>	<b>S/ 40.00</b>
Útiles de escritorio	S/ 10.00
Materiales de limpieza	S/ 20.00
Otros	S/ 10.00
<b>Servicios</b>	<b>S/ 300.00</b>
Luz	S/ 100.00
Agua	S/ 50.00
Teléfono e Internet	S/ 80.00
Alquiler	0
Mantenimiento y reparación	S/ 50.00
Movilidad	0
Otros	S/ 20.00
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>S/ 68,349.33</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

## Capital de Trabajo

**Tabla 21**

*Capital de trabajo*

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/ 21,079.33</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

*Análisis de Costos:***Tabla 22***Análisis de costo de la aplicación móvil y servicio técnico*

<b>SERVICIO: APLICATIVO MÓVIL</b>	<b>Cantidad a consumir por servicio</b>	<b>Medida</b>	<b>Costo en S/. por unidad de medida</b>	<b>Costo Unitario en S/</b>
Adaptación del aplicativo móvil	1	Servicio	S/ 125.00	S/ 125.00
Inducción del usuario	1	Servicio	S/ 25.00	S/ 25.00
Soporte técnico mensual	6	Servicio	S/ 10.00	S/ 60.00
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>				<b>S/ 210.00</b>
Costos Indirectos				S/ 10.00
<b>COSTO UNITARIO POR SERVICIO</b>				<b>S/ 220.00</b>

<b>SERVICIO: SOPORTE TÉCNICO</b>	<b>Cantidad a consumir por servicio</b>	<b>Medida</b>	<b>Costo en S/. por unidad de medida</b>	<b>Costo Unitario en S/</b>
Soporte técnico	1	Servicio	S/ 10.00	S/ 10.00
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>				<b>S/ 10.00</b>
Costos Indirectos				S/ 5.00
<b>COSTO UNITARIO POR SERVICIO</b>				<b>S/ 15.00</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Tabla 23***Análisis de costo por Año*

<b>Año 1</b>	<b>Costos</b>	<b>G. Adm.</b>	<b>G Ventas</b>	<b>Total</b>
Insumos	S/ 122,128.00	S/ -	S/ -	S/ 122,128.00
Tercerización	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 0.00
Costos indirectos	S/ 4,200.00	S/ -	S/ -	S/ 4,200.00
Personal	S/ 37,380.00	S/ 54,972.00	S/ 25,992.00	S/ 118,344.00
Bienes	S/ -	S/ 600.00	S/ 480.00	S/ 1,080.00
Servicios	S/ -	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 7,200.00
Depreciación	S/ 4,475.00	S/ 2,238.00	S/ 2,238.00	S/ 8,950.00
<b>Sub Total</b>	<b>S/ 168,183.00</b>	<b>S/ 61,410.00</b>	<b>S/ 32,310.00</b>	<b>S/ 261,902.00</b>
Amortización	0	S/ 504.00	0	S/ 504.00
<b>Total</b>	<b>S/ 168,183.00</b>	<b>S/ 61,914.00</b>	<b>S/ 32,310.00</b>	<b>S/ 262,406.00</b>

<b>Año 2</b>	<b>Costos</b>	<b>G. Adm.</b>	<b>G Ventas</b>	<b>Total</b>
Insumos	S/ 125,792.00	S/ -	S/ -	S/ 125,792.00
Tercerización	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 0.00
Costos indirectos	S/ 4,316.00	S/ -	S/ -	S/ 4,316.00
Personal	S/ 37,380.00	S/ 54,972.00	S/ 25,992.00	S/ 118,344.00
Bienes	S/ -	S/ 600.00	S/ 480.00	S/ 1,080.00



Servicios	S/ -	S/ 3,672.00	S/ 3,672.00	S/ 7,344.00
Depreciación	S/ 4,475.00	S/ 2,238.00	S/ 2,238.00	S/ 8,950.00
<b>Sub Total</b>	<b>S/ 171,962.00</b>	<b>S/ 61,482.00</b>	<b>S/ 32,382.00</b>	<b>S/ 265,825.00</b>
Amortización	0	S/ 504.00	0	S/ 504.00
<b>Total</b>	<b>S/ 171,962.00</b>	<b>S/ 61,986.00</b>	<b>S/ 32,382.00</b>	<b>S/ 266,329.00</b>

<b>Año 3</b>	<b>Costos</b>	<b>G. Adm.</b>	<b>G Ventas</b>	<b>Total</b>
Insumos	S/ 129,566.00	S/ -	S/ -	S/ 129,566.00
Tercerización	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 0.00
Costos indirectos	S/ 4,434.00	S/ -	S/ -	S/ 4,434.00
Personal	S/ 37,380.00	S/ 54,972.00	S/ 25,992.00	S/ 118,344.00
Bienes	S/ -	S/ 600.00	S/ 480.00	S/ 1,080.00
Servicios	S/ -	S/ 3,745.00	S/ 3,745.00	S/ 7,491.00
Depreciación	S/ 4,475.00	S/ 2,238.00	S/ 2,238.00	S/ 8,950.00
<b>Sub Total</b>	<b>S/ 175,855.00</b>	<b>S/ 61,555.00</b>	<b>S/ 32,455.00</b>	<b>S/ 269,865.00</b>
Amortización	0.00	S/ 504.00	0.00	S/ 504.00
<b>Total</b>	<b>S/ 175,855.00</b>	<b>S/ 62,059.00</b>	<b>S/ 32,455.00</b>	<b>S/ 270,369.00</b>

<b>Año 4</b>	<b>Costos</b>	<b>G. Adm.</b>	<b>G Ventas</b>	<b>Total</b>
Insumos	S/ 133,453.00	S/ -	S/ -	S/ 133,453.00
Tercerización	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 0.00
Costos indirectos	S/ 4,556.00	S/ -	S/ -	S/ 4,556.00
Personal	S/ 37,380.00	S/ 54,972.00	S/ 25,992.00	S/ 118,344.00
Bienes	S/ -	S/ 600.00	S/ 480.00	S/ 1,080.00
Servicios	S/ -	S/ 3,820.00	S/ 3,820.00	S/ 7,641.00
Depreciación	S/ 4,475.00	S/ 2,238.00	S/ 2,238.00	S/ 8,950.00
<b>Sub Total</b>	<b>S/ 179,864.00</b>	<b>S/ 61,630.00</b>	<b>S/ 32,530.00</b>	<b>S/ 274,023.00</b>
Amortización	0	S/ 504.00	0.00	S/ 504.00
<b>Total</b>	<b>S/ 179,864.00</b>	<b>S/ 62,134.00</b>	<b>S/ 32,530.00</b>	<b>S/ 274,527.00</b>

<b>Año 5</b>	<b>Costos</b>	<b>G. Adm.</b>	<b>G Ventas</b>	<b>Total</b>
Insumos	S/ 137,456.00	S/ -	S/ -	S/ 137,456.00
Tercerización	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 0.00
Costos indirectos	S/ 4,681.00	S/ -	S/ -	S/ 4,681.00
Personal	S/ 37,380.00	S/ 54,972.00	S/ 25,992.00	S/ 118,344.00
Bienes	S/ -	S/ 600.00	S/ 480.00	S/ 1,080.00
Servicios	S/ -	S/ 3,897.00	S/ 3,897.00	S/ 7,794.00
Depreciación	S/ 4,475.00	S/ 2,238.00	S/ 2,238.00	S/ 8,950.00
<b>Sub Total</b>	<b>S/ 183,993.00</b>	<b>S/ 61,706.00</b>	<b>S/ 32,606.00</b>	<b>S/ 278,305.00</b>
Amortización	0	S/ 504.00	0.00	S/ 504.00
<b>Total</b>	<b>S/ 183,993.00</b>	<b>S/ 62,210.00</b>	<b>S/ 32,606.00</b>	<b>S/ 278,809.00</b>

Nota. Fuente: Elaboración propia

## Análisis Financiero

### Balance General

**Tabla 24**

*Balance General*

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo</b>	
Efectivo y equivalente de efectivo	S/ 21,079.33	<b>Pasivo Corriente</b>	
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>S/ 21,079.33</b>	Cuentas por pagar socio	S/ -
		<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>S/ -</b>
<b>Activo no Corriente</b>		<b>Pasivo no Corriente</b>	
Inmuebles, maquinarias y equipos	S/ 44,750.00	Cuentas por pagar socio	S/ -
Inversión Fija Intangible	S/ 2,520.00	<b>Total Pasivo no Corriente</b>	<b>S/ -</b>
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>S/ 47,270.00</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>S/ -</b>
		<b>Patrimonio</b>	
		Capital	S/ 68,349.33
		<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/ 68,349.33</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/ 68,349.33</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>S/ 68,349.33</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### Estado de Ganancias y Pérdidas

**Tabla 25**

*Estado de Ganancias y Perdidas*

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Ventas totales	S/ 298,776.00	S/ 307,739.00	S/ 316,971.00	S/ 326,481.00	S/ 336,275.00	S/ 1,586,242.00
(-) Costos totales	S/ 163,708.00	S/ 167,487.00	S/ 171,380.00	S/ 175,389.00	S/ 179,518.00	S/ 857,481.00
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/ 135,068.00</b>	<b>S/ 140,252.00</b>	<b>S/ 145,592.00</b>	<b>S/ 151,092.00</b>	<b>S/ 156,757.00</b>	<b>S/ 728,761.00</b>
Gastos administrativos	S/ 59,172.00	S/ 59,244.00	S/ 59,317.00	S/ 59,392.00	S/ 59,469.00	S/ 296,595.00
Gastos de ventas	S/ 30,072.00	S/ 30,144.00	S/ 30,217.00	S/ 30,292.00	S/ 30,369.00	S/ 151,095.00
Depreciación y Amortización	S/ 9,454.00	S/ 9,454.00	S/ 9,454.00	S/ 9,454.00	S/ 9,454.00	S/ 47,270.00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>S/ 36,370.00</b>	<b>S/ 41,410.00</b>	<b>S/ 46,603.00</b>	<b>S/ 51,953.00</b>	<b>S/ 57,466.00</b>	<b>S/ 233,802.00</b>
Intereses de préstamo	0	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>S/ 36,370.00</b>	<b>S/ 41,410.00</b>	<b>S/ 46,603.00</b>	<b>S/ 51,953.00</b>	<b>S/ 57,466.00</b>	<b>S/ 233,802.00</b>
Impuesto a la Renta	S/ 3,637.00	S/ 4,141.00	S/ 4,660.00	S/ 5,195.00	S/ 5,747.00	S/ 23,380.00
<b>Utilidad Neta</b>	<b>S/ 32,733.00</b>	<b>S/ 37,269.00</b>	<b>S/ 41,943.00</b>	<b>S/ 46,758.00</b>	<b>S/ 51,719.00</b>	<b>S/ 210,422.00</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Ratios Financieros**

## A. Liquidez de la Empresa o Razón Corriente

$$\frac{ACTIVO\ CORRIENTE}{PASIVO\ CORRIENTE}$$

Activo Corriente	=	S/ 21,079.33
Pasivo Corriente	=	S/ -

**Liquidez de la empresa:** La empresa no cuenta con deudas al corto plazo al analizar el estado de situación financiera de apertura

## B. Endeudamiento de Pasivos a Patrimonio o Deuda a Total Activos

$$\frac{PASIVOS\ TOTALES}{ACTIVO\ TOTAL}$$

Pasivo Total	=	S/ -
Activo Total	=	S/ 68,349.33

**Endeudamiento de Pas. A Pat.:** Indica que el 0% de los activos son financiados por terceros o pasivos y el saldo 100% por capital propio

## C. Endeudamiento a Patrimonio o Deuda a Patrimonio

$$\frac{PASIVOS\ TOTALES}{PATRIMONIO}$$

Pasivo Total	=	S/ -
Patrimonio	=	S/ 68,349.33

**Endeudamiento a Patrimonio:** La relación de la deuda frente a los aportes propios, nos demuestra en base a esta ratio que el pasivo está representado como un 0% del patrimonio.

## D. ROA

$$\frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVOS\ TOTALES}$$

Utilidad Neta	=	S/ 32,733.00
---------------	---	--------------

Activos Totales = S/ 68,349.33

**ROA:** Significa que, por cada sol invertido por la empresa, S/ 0.479 quedan a disposición de los accionistas para su inversión o reparto.

E. ROE

$$\frac{UTILIDAD\ NETA}{PATRIMONIO}$$

Utilidad Neta = S/ 32,733.00  
Patrimonio = S/ 68,349.33

**ROE:** Significa que, por cada sol invertido por los accionistas en la empresa, S/ 0.479 quedan a disposición

## Plan Financiero

### *Presupuesto Operativo*

**Tabla 26**

### *Presupuesto Operario*

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
<b>Costos Operativos indirectos</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 350.00</b>	<b>S/ 4,200.00</b>
<b>Bienes</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 50.00</b>	<b>S/ 600.00</b>
Útiles de escritorio	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 240.00
Materiales de limpieza	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 240.00
Otros	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 120.00
<b>Servicios</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 3,600.00</b>
Luz	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 1,200.00
Agua	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 600.00
Teléfono e Internet	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 960.00
Alquiler	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/
Mantenimiento y reparación	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 600.00
Movilidad	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/	S/
Otros	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 240.00

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Tabla 27***Presupuesto operativo por año*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>Costos Operativos indirectos</b>	<b>S/ 4,200.00</b>	<b>S/ 4,315.50</b>	<b>S/ 4,434.18</b>	<b>S/ 4,556.12</b>	<b>S/ 4,681.41</b>	<b>S/ 22,187.20</b>
<b>Bienes</b>	<b>S/ 600.00</b>	<b>S/ 616.50</b>	<b>S/ 633.45</b>	<b>S/ 650.87</b>	<b>S/ 668.77</b>	<b>S/ 3,169.60</b>
Útiles de escritorio	S/ 240.00	S/ 246.60	S/ 253.38	S/ 260.35	S/ 267.51	S/ 1,267.84
Materiales de limpieza	S/ 240.00	S/ 246.60	S/ 253.38	S/ 260.35	S/ 267.51	S/ 1,267.84
Otros	S/ 120.00	S/ 123.30	S/ 126.69	S/ 130.17	S/ 133.75	S/ 633.92
<b>Servicios</b>	<b>S/ 3,600.00</b>	<b>S/ 3,699.00</b>	<b>S/ 3,800.72</b>	<b>S/ 3,905.24</b>	<b>S/ 4,012.64</b>	<b>S/ 19,017.60</b>
Luz	S/ 1,200.00	S/ 1,233.00	S/ 1,266.91	S/ 1,301.75	S/ 1,337.55	S/ 6,339.20
Agua	S/ 600.00	S/ 616.50	S/ 633.45	S/ 650.87	S/ 668.77	S/ 3,169.60
Teléfono e Internet	S/ 960.00	S/ 986.40	S/ 1,013.53	S/ 1,041.40	S/ 1,070.04	S/ 5,071.36
Alquiler	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Mantenimiento y reparación	S/ 600.00	S/ 616.50	S/ 633.45	S/ 650.87	S/ 668.77	S/ 3,169.60
Movilidad	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Otros	S/ 240.00	S/ 246.60	S/ 253.38	S/ 260.35	S/ 267.51	S/ 1,267.84

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

***Presupuesto Financiero***

El financiamiento del proyecto será realizado con aportes propios de los socios, es decir se cubrirá el 100%.

**Tabla 28***Presupuesto Financiero*

RUBROS	APORTE SOCIOS	CAPITAL DE TERCEROS	TOTAL
	Tasa del sector Costo de oportunidad COK	TCEA	
INVERSION TOTAL	S/ 68,349.33	S/ -	S/ 68,349.33
<b>ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Evaluación Financiera***Flujo de Caja Proyectado***Tabla 29***Evaluación Financiera*

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Ingresos totales	S/ 0.00	S/ 298,776.00	S/ 307,739.00	S/ 316,971.00	S/ 326,481	S/ 336,275.00	<b>S/ 1,586,242.00</b>
(-) Inversión total	<b>-S/ 68,349.00</b>	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0	S/ 0.00	<b>-S/ 68,349.00</b>
(-) Costos totales	S/ 0.00	S/ 163,708.00	S/ 167,487.00	S/ 171,380.00	S/ 175,389	S/ 179,518.00	<b>S/ 857,481.00</b>
(-) Gastos administrativos	S/ 0.00	S/ 59,172.00	S/ 59,244.00	S/ 59,317.00	S/ 59,392	S/ 59,469.00	<b>S/ 296,595.00</b>
(-) Gastos de Ventas	S/ 0.00	S/ 30,072.00	S/ 30,144.00	S/ 30,217.00	S/ 30,292	S/ 30,369.00	<b>S/ 151,095.00</b>
(-) Impuesto a la Renta	S/ 0.00	S/ 3,637.00	S/ 4,141.00	S/ 4,660.00	S/ 5,195	S/ 5,747.00	<b>S/ 23,380.00</b>
<b>FLUJO NETO ECONOMICO</b>	<b>-S/ 68,349.00</b>	<b>S/ 42,187.00</b>	<b>S/ 46,723.00</b>	<b>S/ 51,397.00</b>	<b>S/ 56,212</b>	<b>S/ 61,173.00</b>	<b>S/ 189,342.00</b>
(+) Préstamo	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	<b>S/ 0.00</b>
(-) Intereses de préstamo	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0	S/ 0.00	S/ 0.00	<b>S/ 0.00</b>
(-) Amortización del préstamo	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0	S/ 0.00	S/ 0.00	<b>S/ 0.00</b>
<b>FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>-S/ 68,349.00</b>	<b>S/ 42,187.00</b>	<b>S/ 46,723.00</b>	<b>S/ 51,397.00</b>	<b>S/ 56,212.00</b>	<b>S/ 61,173.00</b>	<b>S/ 189,342.00</b>

Nota. Fuente: Elaboración propia

**Tabla 30***VAN y TIR*

<b>VANE:</b>	S/ 113,583.00
<b>VANF:</b>	S/ 113,583.00

COK: 12.00%

<b>TIRE:</b>	63.28%
<b>TIRF:</b>	63.28%

Nota. Fuente: Elaboración propia

**Tabla 31***Beneficio de Costo*

<b>BENEFICIO/COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	
	<b>ECONÓMICO</b>	<b>FINANCIERO</b>
VP Ingresos	S/ 1,136,001.98	S/ 1,136,001.98
VP Egresos	S/ 1,022,418.98	S/ 1,022,418.98
<b>Relación Beneficio / Costo</b>	<b>1.11</b>	<b>1.11</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

*Análisis de Sensibilidad***Tabla 32***VANE, VANF Y TIR: Escenario realista*

<b>VANE:</b>	S/ 113,583.00
<b>VANF:</b>	S/ 113,583.00

COK: 12.00%  
Crecimiento de las ventas 3% anual

<b>TIRE:</b>	63.28%
<b>TIRF:</b>	63.28%

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Tabla 33***VANE, VANF Y TIR: Escenario optimista*

<b>VANE:</b>	S/ 154,773.68
<b>VANF:</b>	S/ 154,773.68

COK: 12.00%  
Crecimiento de las ventas 5% anual

<b>TIRE:</b>	73.10%
<b>TIRF:</b>	73.10%

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Tabla 34***VANE, VANF Y TIR: Escenario pesimista*

<b>VANE:</b>	-S/ 1,140.36
<b>VANF:</b>	-S/ 1,140.36

COK: 12.00%  
Crecimiento de las ventas -3% anual

<b>TIRE:</b>	10.64%
<b>TIRF:</b>	10.64%

*Nota.* Fuente: Elaboración propia



## Definición de los Indicadores de Desempeño

Un indicador de desempeño es un instrumento utilizado para medir el éxito en la ejecución de actividades dentro de una empresa. Estos indicadores están diseñados para ofrecer datos cuantificables del desempeño de los grupos de trabajo en relación con ejercicios anteriores u objetivos previamente establecidos.

- *Satisfacción del cliente:* una empresa no termina al llevar sus productos al mercado o al ofrecer sus servicios a los clientes. Una parte fundamental de la operatividad de los negocios consiste en atender las necesidades de los consumidores a través de la escucha activa de sus inquietudes, quejas y comentarios.
- *Crecimiento de audiencia:* Conocer los alcances reales que tiene una marca respecto a su público es fundamental a la hora de crear estrategias de marketing exitosas. Por ello, los indicadores de crecimiento de marketing y audiencia son un gran aliado para detectar progresivamente los mejores medios de captación de clientes.
- *Valor ganado:* El EVM da cuenta de los costos reales de recursos y de tiempo que han sido destinados a la concreción de un objetivo. Los datos que resultan de este análisis son fundamentales para saber dónde es necesario poner atención para aumentar la productividad y en qué pasos se está invirtiendo fuerza laboral y dinero innecesariamente.

## Conclusiones

### Conclusión 1

El desarrollo de este plan de negocio permitió conocer la rentabilidad y viabilidad económica y financiera para la implementación de TrackPet a nivel nacional.

### Conclusión 2

En el año 2023, la población total de Ica asciende a 1,070,997 personas. De esta población, el 52.5% pertenece a los niveles socioeconómicos A, B y C, lo que representa a 562,274 individuos. Además, el 46.2% de los habitantes, es decir, 259,771 personas, residen en la provincia de Ica. En términos de distribución por edades, el 25% de la población de la provincia, equivalente a 64,943 personas, se encuentra en el rango de 25 a 39 años. Asimismo, un significativo 75%, que suman 48,707 personas, poseen mascotas.

### Conclusión 3

TrackPet ofrecerá, por un lado, el aplicativo móvil el cual brindará los servicios de monitoreo su actividad física como ritmo cardiaco, calorías consumidas, kilómetros recorridos y tiempo de actividad y geolocalización de las mascotas permitirá; y por el otro los dispositivos GPS los cuales serán adquiridos directamente de un proveedor.

### Conclusión 4

TrackPet contará con un sistema centrado en la atención al cliente a través de canales digitales, sin embargo, se requieren ciertos equipos, maquinaria, muebles entre otros que ascienden a un monto de S/44,750.00; inversión fija intangible de S/ 2,520.00 y capital de trabajo de S/ 21,079.33.

**Conclusión 5**

La empresa estará conformada por 1 administrador, 1 contador, 1 gerente general, 1 publicista, 2 programadores y 1 ejecutivo de atención al cliente, así mismo estará constituida como una SAC en los cuales sus gastos de constitución ascenderán a S/1,670.00.

**Conclusión 6**

Los análisis financieros muestran viabilidad en el proyecto ya que el VANE es de S/ 113,583.00, el TIRE es de 63.28% y el VANF es de S/ 113,583.00 con el TIRF 63.28%. Estos indicadores también presentan resultados positivos para los escenarios optimista y realista, pero resultados negativos para el escenario pesimista en el cual el proyecto no sería viable.

## **Recomendaciones**

### **Recomendación 1**

TrackPet deberá comenzar con pruebas piloto para conocer los gustos y preferencias de los consumidores, esto a su vez servirá para corregir fallas en el aplicativo si las hubiera. Los indicadores económicos del país son favorables, sin embargo, la incertidumbre política y social puede repercutir negativamente en las ventas y expansión del aplicativo móvil, por lo que se recomienda aplicar las acciones planteadas en la matriz FODA cruzada.

### **Recomendación 2**

El sector servicios, así como el de servicios para mascotas está en auge, por lo que se recomienda a TrackPet aprovechar esta potencial demanda a pesar de la competencia del mercado la cual no se encuentra muy posicionada y los consumidores no tienen un referente actualmente.

### **Recomendación 3**

Es importante diversificar los ingresos, por lo que se recomienda a TrackPet ofrecer diferentes planes y servicios a los principales que se plantean en este proyecto lo cual le permitirá no depender de los dispositivos GPS o de la aplicación principal, agregando nuevas características premium con cobro adicional.

### **Recomendación 4**

Se recomienda a TrackPet implementar un buen sistema de call center y atención a través de canales digitales, ya que serán la primera línea de atención con los posibles clientes.

**Recomendación 5**

Se recomienda manejar un buen sistema laboral y de compensación para sus trabajadores, ya que parte del éxito de la empresa dependerá de ello, principalmente de las áreas de marketing, sistemas y de atención al cliente.

**Recomendación 6**

Se recomienda llevar a cabo este proyecto siguiendo los lineamientos y objetivos planteados en este documento, así mismo contar con un plan de contingencia en caso de que las ventas no sean las esperadas.

## Referencias Bibliográficas

Congreso de la República. (2016). Ley N° 30407, Ley de protección bienestar animal.  
<https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30407.pdf>

Constitución Política del Perú. (29 de Diciembre de 1993). Art. 43.  
[https://www.oas.org/juridico/spanish/per\\_res17.pdf](https://www.oas.org/juridico/spanish/per_res17.pdf)

IPE. (2023). *Índice de Competitividad Regional*. Obtenido de INCORE Edición 2023:  
[https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE\\_2023.pdf](https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE_2023.pdf)

INEI. (2017). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática:  
<http://censo2017.inei.gob.pe/>

Cámara de Comercio de Lima. (1 de Agosto de 2021). *CCL: Perú necesita recuperar la confianza y mantener la estabilidad económica*. Obtenido de La Cámara:  
<https://lacamara.pe/ccl-peru-necesita-recuperar-la-confianza-y-mantener-la-estabilidad-economica/>

Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. (2023). *MARCO MACROECONÓMICO MULTIANUAL 2024-2027*.  
[https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol\\_econ/marco\\_macro/MMM\\_2024\\_2027.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/MMM_2024_2027.pdf)

## Anexos

### Anexo 1: Afiche publicitario para TrackPet



## Anexo 2: Promoción de dispositivo GPS

**DURABLE +**

**IMPERMEABLE**

Se acopla a cualquier collar y está diseñado para acompañar a tu mascota a todas partes, incluso a nadar.

Conéctalo al collar de tu mascota y controla su ubicación y actividad desde tu teléfono.





### Anexo 3: Interfaz de TrackPet

